Canadian Radio-television and Telecommunications Commission
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

THE COUNTRY *Music* INDUSTRY IN CANADA

NOVEMBER 1986

Canada

For additional copies contact:

CRTC Information Services
(819) 997-0313

Mailing Address

Ottawa, Ontario
K1A 0N2

Location

1 Promenade du Portage
Central Building
Hull, Québec

or CRTC Regional Offices

Room 428, Barrington Tower, Scotia Square
Halifax, N.S. B3J 2A8
(902) 426-7997

Complex Guy Favreau, East Tower
Suite 602
200 Dorchester Blvd. West
Montréal, Québec H2Z 1X4
(514) 283-6607

275 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba R3B 2B3
(204) 949-6306

Suite 1130, 700 West Georgia St.
P.O. Box 10105, Pacific Centre
Vancouver, B.C. V7Y 1C6
(604) 666-2111

Catalogue nº BC92-40/1986
ISBN nº 0-662-54716-0

The country music industry in Canada

Radio Branch
November 1986

TABLE OF CONTENTS

	Page
The country music industry in Canada	1
Introduction	1
A history of country music in North America from the 1920s	2
1920s	2
1930s	3
1940s and 1950s	5
1950s	6
1960s	7
1970s and 1980s	8
The history of Canadian country music	10
English country music	10
French-language country music in Quebec	12
The Canadian country recording industry	15
The musician in Canada	15
Studios	17
Retail and distribution	18
Promotion	23
Publishing	24
Broadcasting	25
Television and country music	33
Country music programming in Quebec	34
Canadian content	34
Other concerns	36
The Canadian content regulations	39
Summary of the study	42
Notes	44

The country music industry in Canada

Introduction

Over the past few years, a number of broadcasters have suggested that Canadian country music stations wishing to program a greater amount of contemporary[1] country music be allowed a lower Canadian content level. These broadcasters argue that there is an insufficient quantity of Canadian contemporary country recordings being released to meet the present Canadian content requirement. They maintain that while they would like to be able to program a greater number of Canadian contemporary country selections, they must already draw on an excessive number of selections from past and traditional country repertoires in order to meet the Cancon quota.

To better understand and evaluate the needs of the broadcasting and recording industries, the Commission decided to examine the country music industry in Canada.

The attached paper represents the findings of that study. During the study the Commission consulted country music broadcasters, representatives from various music organizations, publishers, record companies, country music columnists, managers, recording artists and club owners.

This study is divided into four main sections. The first briefly examines the history of the country music industry in North America. The second examines the history of country music in Canada. The third discusses the industry as it exists in Canada, while the last section examines a number of industry proposals.

Since confidentiality was assured during the interviews, comments are not attributed.

A history of country music in North America from the 1920s

Country music, which during its history has been known as "old timey music", country and western, and hillbilly music, originally drew from a number of traditions, including folk music, gospel, the broadside ballad[2] and popular music[3]. A music with a rural and oral tradition, country is largely of British, Irish and Scottish origins. It has, however, also been significantly influenced by Afro-American, French and Latin-American music.[4]

The minstrel and medicine shows of the nineteenth, and early part of the twentieth, century and the vaudeville circuit which emerged in the 1880s were instrumental in introducing audiences and musicians to various regional styles of music. They also helped popularize and commercialize musical styles and, by providing musicians with steady employment, created a professional class of popular musicians.

1920s

"Old timey music" was first recorded in 1922, two years after Mamie Smith's "Crazy Blues", the first blues recording. Aimed at Black record buyers, the success of "Crazy Blues" opened the market for " race" records and encouraged record companies to tap regional and specialized audiences. These new markets helped stimulate the recording industry which was suffering both from the inroads made by radio and, from dropping record sales resulting largely from the 1921-22 depression. At this time, the record companies began travelling through the southern and eastern States and recording local musicians. Musicians, hearing of the financial rewards, rushed to be recorded. Charles Wolfe, in the "Illustrated History of Country Music," elaborates:

> "The development of the country recording industry was the first real step toward the commercialization of the music. Many old-time musicians first thought of going professional - making money with their music from a part-time hobby to a full-time vocation - when they had successful records. This pay, as we have seen, was meagre enough - a $50 lump sum, or, for the lucky ones, royalties amounting to 0.0015¢ per record on a release that retailed for 75¢ - but the business worked, and the companies never went lacking for singers and pickers to record."[5]

Unlike "race" music, which received no airplay, country music received extensive support from radio which garnered immediate audiences with country music programs. In 1922, WSB Atlanta became the first station to feature local musicians who played old time music, and in 1923, WBAP Fort Worth aired one of the first barn dance programs. Proving extremely popular, the format was adopted in 1925 by both WLS Chicago and WSM Nashville, whose "WSM Barn Dance" was renamed the "Grand Ole Opry" in the following year.

During radio's early years, 95% of the music was live and most of it free to radio. Charles Wolfe writes:

> "Most of the early artists were paid absolutely nothing for broadcasting, though they were allowed to announce where they were appearing, what fiddling contest they were a part of, or whatever. This sort of tradeoff continued on many rural stations well into the time of World War II. Early radio hardly encouraged country musicians to think they could make a living with their music, and it's noteworthy that the two biggest names of the time - the Carter Family and Jimmie Rodgers -seldom appeared on radio in the 1920s."[6]

1930s

The Depression, which saw record sales plummet from $104 million in 1927 to $6 million in 1932, witnessed the transfer of wealth from the recording industry to the broadcasting industry.[7] Recordings, country music's prime exponent in the 1920s, were supplanted by radio in the 1930s. The economics of the industry were simple. Radio programming was free after the initial investment of buying a radio while records, which consisted of two songs, cost 75¢ to $1.25.

While country music sales were hard-hit during the Depression, country's popularity continued to grow. Country's growth can be attributed to its large rural audience base and the extensive musical spectrum which it encompassed. Ranging from hymns and gospel, to folk songs and popular standards, country music appealed to a broad range of musical tastes. Douglas Green, in "The Illustrated History of Country Music", describes its appeal:

> "Country music in the 1930s was far from just a regional southeastern phenomenon; it was a genuine daily event all across

> rural America. More than that, though, it was also an era of experimentation and creativity that has yet to be matched in country music's history. It seemed that the whole country was bursting with excitement over the music. Radio had discovered a dedicated market, the American farmer, who warmly accepted country music into his home and listened to it with clockwork regularity, and no one group was more excited than the talented singers and musicians who suddenly found that by playing music (whether creating it or re-creating it) they could make a living."[8]

Between 1930 and the end of the Second World War, a number of changes occurred which altered the structure of the industry.

The vast improvement in the roads and mechanical advances in automobiles facilitated travel, reducing time and costs. It also allowed performers to reach larger audiences and encouraged fans to travel greater distances to see their idols.

Technological advances in the electronic field resulted in stylistic changes in the music. The amplification of the electric guitar, bass and the steel guitar, lifted these instruments from a rhythm role to a leading one in the music. Similarily, improvements in recording techniques enhanced the sound of recordings, and the increased sensitivity in microphones (allowing a softer singing style) is largely credited with creating the style known as "crooning".

Another important development during the decade was the lowering of record prices. In 1934, Decca, a company formed in 1933, lowered the price of records from 75¢ to 35¢. This stimulated record sales and forced other companies to lower their price. The invention of the jukebox also stimulated record sales. Furthermore, it is said to have encouraged the development of louder styles of music, since the music had to be loud enough to be heard in the bars where jukeboxes were housed.

Radio's increasing use of records also significantly changed the industry. Musicians found themselves being replaced by records and having to record to obtain airplay. Moreover, radio became the recording industry's most important promotional tool.

Another significant event in the development of the industry was the creation in 1939 of BMI (Broadcast Music Incorporated) and the subsequent ASCAP-BMI war. The American Society of Composers, Authors

and Publishers (ASCAP) had been created in 1914 to protect the publishing rights of Broadway composers. In the 1930s, the film industry bought the major publishing catalogues to obtain songs for their musicals and own the publishing rights. By the late 1930s, ASCAP owned the rights to the majority of the songs played by radio. Radio, in constant need of musical material and, therefore, dependent on ASCAP, was the film industry's major rival in the entertainment field. ASCAP, whose contract with the broadcasters was to expire at the end of 1940, capitalized on the situation by demanding a hefty royalty hike. Radio, however, refused to sign and on 1 January 1941 all ASCAP music was taken off the air.

Broadcasters, having foreseen problems with ASCAP, had formed their own licensing organization, BMI, in 1939 and had started to build a music catalogue. ASCAP's catalogue did not include "minority" music because the organization thought the music was unartistic and unworthy of publishing. BMI, hungry for material, began publishing jazz, "race", and hillbilly music.

Although the ASCAP ban only lasted ten months, the situation bolstered BMI's entry into the publishing industry and established country music as a valid entity and a growing financial force.

1940s and 1950s

In the 1940s, two events significantly affected stylistic changes in North American music: World War II and the American Federation of Musicians' ban on recording.

The war resulted in both rubber and gas shortages, restricting travel and limiting musicians' job opportunities. The shellac shortage limited record production and terminated many artists' recording careers. In addition, as musicians joined the war effort, big bands dismantled, forming smaller combos.

The recording ban was called to pressure radio and record companies to compensate musicians who, on radio, were being rapidly replaced by recordings. The strike, which prevented musicians from recording during 1942 and 1943, deprived musicians of recording income and promotion through airplay. As a result, they formed smaller, less expensive groups that were easier to book than large orchestras. It also propelled a number of singers such as Bing Crosby, Dinah Shore, and Perry Como to stardom. Vocalists, at the time, belonged to

AFTRA, the American Federation of Television and Radio Artists, and not to the musicians' union, and consequently, the ban did not prevent them from recording.

Although musicians' careers suffered because of the war, country music benefited. The war economy resulted in population shifts, which introduced the music to new audiences and exposed country artists to other music genres. Also, the shift from rural to urban centres urbanized country music, most notably in its lyric content and its instrumentation, which increasingly became amplified.

Despite the difficulties facing the recording industry during the war, the post-depression record boom, the increased airplay given to recordings and the growing popularity of country and blues resulted in the creation of innumerable independent labels (indies) in the 1940s and 1950s. These include Capitol (1942), Apollo and Savoy (1942), King ((1943), National, Specialty and Modern (1945), MGM (1946), Chess, Imperial and Mercury (1947), Jubilee and Atlantic (1948) and Duke and Peacock (1949). Three of these companies, Capitol, MGM and Mercury eventually became majors, joining the big three, Columbia (formed in 1889), RCA (formed in 1901) and Decca (formed in 1933).

The role of the indies in recording and promoting lesser-known artists and musical styles has been well documented. In the 1940s and 1950s their role was immeasurable as they revolutionized the industry by recording blues, country, jazz and eventually the blues-country hybrid, rock'n roll.

In the early 1940s, Chicago and Hollywood were country's undisputed leaders. Chicago, whose dominance in the field dated to the mid-1920s, housed major recording studios, publishers and WLS's "National Barn Dance", a contender for the nation's top radio-show spot. In the mid-1930s, however, Hollywood with its singing cowboy films, began wooing Chicago's prestige. By 1940, it boasted stars, major labels, song writers, musicians and its own popular "Hollywood Barn Dance".

1950s

Although Nashville's influence began to be felt in the early 1940s, it did not realize its potential until the 1950s. Nick Tosches, in the "Illustrated History of Country Music", maintains that Nashville's role in the development of country music has been greatly overstated. He writes:

"To read the Country Music Association's documents one would think that Nashville had been the centre of country music since the word "go." This is not, in fact, the case: Nashville began its real-life struggle to the top of the heap in the late 1940s and the 1950s, not before.

"The southeastern sound[9] revival that began this rise was, like all musical movements, a complicated meshing of gears, a bewildering combination of energy, drive, vision, and blind luck on the part of a host of businessmen, boosters, and entertainers who worked together (often without common goal at all) to make both the southeastern sound and Nashville itself the dominant forces in country music. The southeastern sound of this period is a style remembered fondly today and even, it seems, showing strong signs of another revival, but at the time it became instant history with the coming of rock."[10]

1960s

William Ivey discusses the Nashville sound and its development in "The Illustrated History of Country Music". He explains:

"As the 1960s dawned, the effects were taking hold: Where country music had occasionally reached into the pop market, now the term "crossover" was being invented to describe the success in the pop field of a country record such as Jim Reeves' "He'll Have to Go" in 1960, or the concomitant phenomenon of a pop record selling strongly in the country market, as with Connie Francis' "Everybody's Somebody's Fool" (of the same year), a No. 1 pop record recorded in Nashville . . . with country musicians and with a country feel. With the Nashville sound.

"There appeared a palpable quickening of the pulse of this once-moribund city with the rapid success of the Nashville sound and the acceptance of country music by the outside world. The Nashville sound quickly became the sound of country music - not exclusively, of course, but in the public eye - for everyone is eager to jump on a winner's bandwagon, particularily in an era of heavy losers. Nashville sound-alike records began to pour out of Music City, and the league of session musicians expanded to two, then three, then four teams as studios proliferated like rabbits and every label large or small grabbed a piece of the Nashville sound action.

In addition to the forces already explored, there were a number of other, independent factors that played a part in the success of the Nashville sound. All of them seem to point to the ironic fact that at the very time when it looked like there was to be almost no future at all, country music's day was dawning.

"As we've seen, the Nashville sound broadened the audience for country music by making it acceptable to new ears. . .

"As to the sound itself, the slicker it got, the more it filled the gap. The rock onslaught had left a vacuum in the easy-listening middle class American pop music - Elvis hit New York and Los Angeles just as hard as he hit Nashville - and it was into this space that Nashville ventured. Certain segments of the public wanted a smooth, bland, easily listenable and most of all soothing type of music, and Nashville supplied just that. The tunes were catchy, the pace was slowed to an unthreatening crawl, the rough edges were knocked off and polished to a high gloss, and the music offered enough mildly interesting elements to please without placing any demands on the listener. If this was not exactly an artistic breakthrough - it has been compared to the innovation brought about by twenty-dollar original oil paintings in the 1970s - it was certainly a broadening of the market. In commercial terms, it did not hurt the country music that broke out of it - the outlaws, western-swing revivalists, rockabillies, and honky-tonk singers of the 1970s - at all, for by the time they revolted against the Nashville sound's excesses, the Nashville sound had built an impressive distribution machine that awaited their use. It is interesting to note, in fact, that the Nashville music business turned to the outlaws in the 1970s for the same kind of reason it turned to Chet Atkins and his methods in the 1950s: a larger market for the music and a bigger share of the bucks."[11]

1970s and 1980s

While the Nashville sound started establishing its crossover potential in the mid-1960s, other styles of country music were evolving and growing in popularity.

The folk music revival of the late 1950s and early 1960s rekindled an interest in blue grass and traditional folk music. Throughout the 1960s and 1970s its following remained small but devoted. Over the past few years, however, there has been a renewed interest in traditional country

music and its related genres. Described as modern country with traditional roots, the music, which is polished in the best Nashville tradition, has maintained the essence of its folk and rural country roots.

The singer-songwriters and protest singers of the early 1960s inspired a new school of country songwriters such as Kris Kristofferson, Mickey Newbury and John Hartford in the 1970s. Considered to be the reunification of country with folk, this genre has been characterized by a simplicity and social and personal consciousness. The production values of this genre, however, are pure Nashville.

A third important influence was the development of folk rock and country rock since they revitalized country music and encouraged the resurgence of honky tonk. The popularity of honky tonk and rock-oriented country music inspired the film "Urban Cowboy", which resulted in the urban cowboy craze and spurred country record sales in the late 1970s and early 1980s.

Today, as the urban cowboy days are gradually fading, three major country styles are evident: the Nashville or contemporary pop-oriented country sound which maintains a strong crossover potential, the traditional country sound, and honky tonk which uses rock elements and has a harder edge.

From its humble rural origins seventy-five years ago, when it was known as "old timey music", country has grown to become a highly sophisticated, urbanized music and industry. Over little more than twenty years, the number of full-time country stations in North America has increased from 150 to over 2,200 (2,140 in the United States and 75 in Canada). It is estimated that another 900 (800 US and 100 Canada) stations allot a portion of their programming to country music.

Although there has been an increasing tendency over the past ten years to program a greater quantity of cross-over country music, country stations in general continue to program a spectrum of country, ranging from bluegrass and gospel to MOR-oriented and rock-oriented country. The wide range of traditions which country encompasses and from which country draws, undoubtedly accounts for some of its broad appeal. The music's broad demographic appeal, popular with the 25-to-49 segment, is likely largely a result of its rural-orientation and rural roots: country music is a down-home music, earthy, romantic and straight from the heart.

The history of Canadian country music

English country music

The history of Canadian country music, be it English- or French-language, generally parallels that of country music in the United States.

Canada's first international country stars were Hank Snow (the Singing Ranger) and Wilf Carter (aka Montana Slim), both of whom began recording in the 1930s on RCA-Victor. Both born in Nova Scotia, they moved south early in their careers. Like many country performers, Hank Snow credits Jimmie Rodgers (the Singing Brakeman) for inspiring him to pursue a country music career. Snow was brought to the attention of RCA through his performances on CHNS Halifax.

Hank Rivers, who was inducted into the Ottawa Valley Hall of Fame in 1983, was another RCA-Victor artist who became internationally known in the 1930s. Rivers, however, did not sustain his international career. Mart Kenney and the Western Gentlemen, a western swing orchestra with a radio show on the CBC's Vancouver station, were also popular in the 1930s.

The 1950s and 1960s saw a proliferation of Canadian country artists with regional and national appeal. The 1950s produced Mac Beattie and the Ottawa Melodiers, Alberta Slim, Ned Landry, Ken Davidson, Hank Smith, Ralph Carlson, Mike Graham and Don Messer and the Islanders. The Rodeo-Banff label was started in Montreal during the decade. Distributed by London records, the company recorded artists from the Maritimes, Quebec and Ontario until its demise in the early seventies.

Artists who became known during the early 1960s included Graham Townshend (winner of the North American fiddle championship in the early 1960s), Tommy Hunter (whose show became a national institution) and the Rhythm Pals (Hunter's back up band).

Three country artists who broke the international market in the early 1960s were Orval Prophet (aka Johnny Six), who attained international status but preferred to remain in Canada, Gary Buck (whose "Happy to be Unhappy" reached the Top Twenty in Billboard's Country Chart in 1963) and Lucille Starr (whose country-flavoured "French Song" reached

the Top Twenty in Billboard's Easy Listening Chart in 1964). All three had further chart successes.

In the mid- and late-1960s, a number of Canadian singer-songwriters gained international attention because of their unique songwriting abilities and musical artistry. Noticeably folk-oriented, these artists, which include Ian and Sylvia, Gordon Lightfoot, Leonard Cohen, Joni Mitchell and Neil Young, brought international recognition to Canada's folk tradition. These artists are also credited with having helped folk and country reunite. The two had diverged in the 1950s with the development of the Nashville sound. Folk, which represented the unadulterated music of the people, became the voice of the political activists. Consequently, it alienated country musicians and audiences, who often tended to be more conservative. Canada's less overtly political lyric content helped draw attention to the music and in turn to the folk tradition.

The mid-1960s and early-1970s produced a number of Canadian country artists who are currently at the forefront of the Canadian recording industry.

Dick Damron, one of Canada's most prolific country songwriters, and the Mercey Brothers both began their careers in the mid 1960s. Although Damron has not broken the American market, he is known in Europe and has been conducting annual tours of Britain and Europe since 1975. Six of his albums are currently distributed in Britain. The Mercey Brothers, who have been at the forefront of the Canadian country music industry, both as performers and producers, since the early sixties, have been instrumental in helping Canadian country artists such as Terry Carisse and Marie Bottrel.

Anne Murray, Dallas Harms, Ray Griff and Carroll Baker (probably Canada's most successful country artist after Anne Murray), garnered attention in the late sixties. Dallas Harms, whose "Paper Rosie" was an international hit for Gene Watson in the early seventies, has written a number of songs that have been recorded by American artists. Harms, a producer and publisher, also owns NAP records. Ronnie Sommers, Paul Weaver and Johnny Comfort are on the label. Ray Griff, who lives in Nashville, is another songwriter whose songs have been recorded by American artists.

Two household names who appeared in the early 1970s were The Family Brown and Stompin' Tom Connors. The Family Brown, who had a

nationally syndicated television show for over ten years, recorded their latest album in Willie Nelson's studio in Austin and released a single on which Nelson appears. Stompin' Tom Connors, renowned for his topical Canadian songs, started Boot Records, which is currently Canada's largest independent country record company. Common interests exist between Boot and Morning Music Publishing which serves as a sub-publisher for a number of Nashville firms.

George Hamilton IV, who hosted his own television show out of Toronto in the mid- and late-1970s, is an American who helped promote Canadian country artists by having them perform on his show and by performing and recording their songs.

Other artists who have received recognition in Nashville include songwriter Coleen Peterson, who sang with the Charlie Daniels Band, and Ronnie Prophet (Orval Prophet's nephew), who owns a club in Nashville and is well known as an entertainer.

Over the past ten years, an increasing number of Canadian artists have entered the recording field and gained national exposure. Included are Eddie Eastman, Marie Bottrel, Ruth Ann, Terry Carisse and Terry Sumsion.

French-language country music in Quebec

Quebec, which has an extremely strong cultural identity, has had a star system since the 1920s. Quebec has been very supportive of its artists, who have often been able to sustain careers almost exclusively in that province. Although the Quebec recording industry is currently experiencing financial difficulties, potential record sales in the province are still substantial. Chantal Pary's 1981 album, "J'suis ton ami", for example, sold 100,000 copies; Renée Martel's latest sold 50,000 copies. Both records include numerous French cover versions of American country hits. These sales are particularily impressive considering that major American country artists on the average sell between 20,000 and 50,000 copies per album in Canada.

The first French-Canadian folk recording is believed to have been recorded for Columbia Records by Conrad Gauthier in 1920 in New York. The following year, Gauthier began hosting a folk and variety show-case in Montreal called "Soirées du bon vieux temps", and in 1924 he began performing on a regularly scheduled folk-music program on Montreal's CHLP.

La Bolduc, whose recording career started in 1927 with Montreal's Compo Company, was Quebec's first major star. Her success lay in her ability to embody the essence of the Québécois in her music. This ability became the barometer and guiding force for numerous other Québécois artists.

In 1931, both CHLP and CKAC were broadcasting the folk music showcase, "Veillées canadiennes". Some of the better known artists in the 1930s were Ovila Légaré, Albert La Madelene, Eugène Daigneault, Charles Marchand, Roland "Le soldat" Lebrun, Isidore Soucy and Tommy Duchêne et ses Chevaliers.

In the 1940s there was an increasing tendency to record in the "western" style, a genre popularized by the singing cowboy films and which lasted into the seventies. Western artists appearing in the 1940s included Marcel Martel, Paul Brunelle and Willie Lamothe, whose "Allo allo petit Michel" on RCA-Victor sold 80,000 copies. The 1950s introduced western singers such as Lévis Bouliane and Ti-Blanc Richard, and the 1960s, Roger Miron and Marie King. In the 1970s Québécois artists such as Claude Patry, Julie et Les Frères Duguay and André Hébert, taking their lead from Nashville, began recording in a country style. Country artists in the 1980s include Babin et Compagnie, Chantal Pary, Renée Martel, Denis Champoux and Jerry and Jo-Anne. Both Denis Champoux and Jerry and Jo-Anne have won ADISQ awards for best country album, for 1981 and 1983 respectively.

Culturally and artistically, the 1950s and 1960s were probably Quebec's most important years. The "chansoniers" who emerged during those years, were important for two main reasons. First, like the American and Canadian singer songwriters of the same period, they captured the social consciousness of the era. Secondly, like La Bolduc, they embodied the essence of the Québécois. Felix Leclerc, the figurehead of the movement, is considered to have given literary merit to French popular song. Gilles Vigneault and Robert Charlebois were also vital to the development of Québécois music.

The late 1960s and 1970s saw innumerable groups such as Cano, Beau Dommage, and Harmonium, who drew equally from folk and rock. As rock elements crept into the music, however, Québécois music increasingly drifted away from its folk heritage. While today it maintains a truly Québécois identity, little of its folk roots are evident.

While western continues to be popular, the country market, especially for French-language cover versions of American country hits, is particularly strong. The French-language country market in Quebec is highly lucrative for the right product.

The Canadian country recording industry

The musician in Canada

In Canada approximately 33,000 musicians belong to the American Federation of Musicians. Another 10,000 musicians are probably paid to perform but do not belong to the union. It is estimated that 1,000 groups or 6,000 musicians play country music in Canada and that approximately 400 of the groups release at least one single per year. Approximately 30 Canadian country artists release three singles and one album per year. About 20 of these artists sell between 2,000 and 10,000 copies per album and 10 sell between 5,000 and 15,000 copies. A few artists, such as Carroll Baker and The Family Brown, have sold up to 40,000 copies. The Rovers sold 125,000 copies of the album, "Wasn't That a Party". Also Anne Murray's album "Heart Over Mind" sold over 65,000 copies in Canada and 500,000 copies in the US.

While a few artists such as Ronnie Prophet, Tommy Hunter and The Family Brown have sustained television series, the majority of Canadian country artists rely on clubs as their main source of income. An increasing number of artists are playing concerts or conducting concert tours. However, most artists do not have the drawing power to warrant concerts. While major Canadian country acts earn between $2,500 and $6,000 per concert, the same acts will generally not earn more than $4,000 per week in a club. The average weekly club wage is between $1,800 and $3,000 however, three day weeks may be as low as $600 per group or $150 per musician before expenses. Sidemen seldom receive more than $400 per week and on the average receive between $250 and $300 per week before expenses. Expenses may include agent's or manager's fees, union dues, equipment, transportation, accommodation, meals and clothes.

Since most bands do not work every week, country musicians seldom earn more than $12,000 per year and on average earn between $6,000 and $10,000 per year.

According to a survey of 4,300 musicians conducted by Statistics Canada in 1983, 16% of those surveyed earned more than $20,000 per year from music and 25% earned less than $1,000. The average income before costs was $3,500 and after costs $1,800. The survey also showed that 57% had other jobs and that 30% earned less than $10,000 from all sources. As one critic concluded, 'music must be a labour of love.'

Canada is comprised of approximately a dozen regional circuits that provide country musicians with more or less continuous work. The better known circuits are the Maritimes, the Ottawa Valley, Southern Ontario, Northern Ontario, Saskatchewan and Alberta, and British Columbia.

Up to the mid-seventies, Canadian country music was highly regionalized and few Canadian country artists travelled outside their regional circuit. In the mid-seventies, however, a growing number of artists began recording and travelling to promote their records and gain national attention.

While an increasing number of artists have become nationally recognized over the past ten years, record sales have remained relatively low and in many cases recording costs have not been recouped. For many Canadian artists recordings serve primarily to promote the artist and to obtain club dates. Clubs continue to be the main source of income for the majority of Canadian country recording artists.

It is estimated that 90% of Canadian country records are released on small independent labels. Limited budgets and a general lack of expertise in the industry are major stumbling blocks in that they affect the quality, distribution and promotion of the product.

At the low end of the spectrum, singles can be recorded and 500 to 1,000 copies produced for $1,000 to $2,000. Many of these lower budget singles are only distributed regionally and receive limited regional exposure. Artists with larger budgets and a better understanding of the industry, generally distribute and promote their product nationally. National distribution and promotion, however, do not guarantee airplay. Airplay is largely governed by the popularity of the artist and the quality and appeal of the recording.

Canada's top country artists appear to have little difficulty obtaining airplay in Canada. They generally record one album per year and spend between $20,000 and $45,000 per album. Most of the albums are recorded either in top Canadian or Nashville studios and many are nationally distributed by a major company. RCA, currently the principal distributor of Canadian country product, also invests in a number of Canadian country artists.

Although the Canadian country music industry has grown noticeably over the past 15 years, many in the industry suggest that the Canadian

country industry is at the same stage of development as the Canadian rock industry was ten years ago.

The size of the market, the limited funds, difficulties at the distribution, promotion and retail levels, and what appears to be a lack of commitment to the support of Canadian artists on the part of some broadcasters, have all been identified as contributing to the problems of the country music industry.

On the other hand the country market shows potential. The growth in the number of country music stations confirms the popularity of country music. While there were only four, full-time country stations in Canada in the early 1970s, today, according to the Academy of Country Music Entertainment there are approximately 75 full-time country and 100 part-time country stations.[12] Also, according to 1983 BBM statistics, four million Canadians listen to an average of ten hours of country radio per week.

Substantial record sales have also been achieved. In Canada, country recordings account for approximately 7% of the record market, while rock accounts for 75%. Country recordings have potential sales of 50,000 copies in Canada and rock has potential sales of one million. Although top Canadian country records generally only sell between 5,000 and 15,000 copies, potential sales are undoubtedly much greater. The figures below indicate a range of record sales in Canada:

- Top foreign rock artists on the average sell 300,000 to 1,000,000 lps.
- Foreign rock artists on the average sell 75,000 to 125,000 lps.
- Canadian rock artists on the average sell 30,000 to 75,000 lps.
- Top foreign country artists on the average sell 30,000 to 50,000 lps.
- Foreign country artists on the average sell 10,000 to 30,000 lps.
- Top Canadian country artists on the average sell 5,000 to 15,000 lps.
- In Quebec French-language country cover versions of American country hits have sold up to 100,000 lps.

Studios

The major Canadian studios are internationally competitive. Unlike Nashville, however, Canada has no major studios that record country music exclusively.

Similarly, while there are excellent studio musicians, there are not enough country music recording sessions to provide full-time, session work in the country field. Studio musicians are therefore required to rely on a variety of session work ranging from rock to commercial jingles. This musical diversification may result in a less cohesive package than is generally produced by the top Nashville players who live and breathe country music only. It should be noted, however, that Anne Murray has produced recordings of international calibre in Canadian studios with Canadian musicians.

Several Canadian artists are currently recording in Nashville to capitalize on the Nashville sound and expertise, to make contacts in the American industry, and hopefully in the US.

While the cost of recording appears to be about the same in both countries, it is generally less costly and time consuming to record in Nashville because of that industry's overall efficiency.

Recording costs are gradually becoming more expensive. While a Nashville recording session cost $10,000 fifteen years ago, it now costs between $50,000 and $100,000. Top American artists spend more on recording than do top Canadian artists.

Retail and distribution

According to Statistics Canada, the number of albums released containing at least one Canadian content selection in the "Country and Folk" category dropped from 150 in 1977, to 44 in 1983, and the number of Canadian content singles dropped from 131 in 1977 to 82 in 1983. (See Chart 1 and Graphs 1 and 2)

A Commission survey indicated that in 1984, radio stations generally received between 200 and 500 Canadian content singles, 20 to 40 Canadian content albums, and 150 to 200 American country albums. According to Statistics Canada, a total of 288 "Country and Folk" albums were released in Canada in 1983. The Canadian country album repertoire, therefore, accounts for approximately 15% of the country albums released in Canada. (See Graph 2)

In the United States country music is estimated to account for 10% or $400 million of the $4.3 billion recording market. In Canada, according to Statistics Canada, country accounts for approximately 7% of the market, or $15 million. Rock in both countries accounts for approximately 75% of the market. It should be noted that the country recording market is almost exclusively albums. Singles are primarily a vehicle to promote the album and the artist.

CHART I

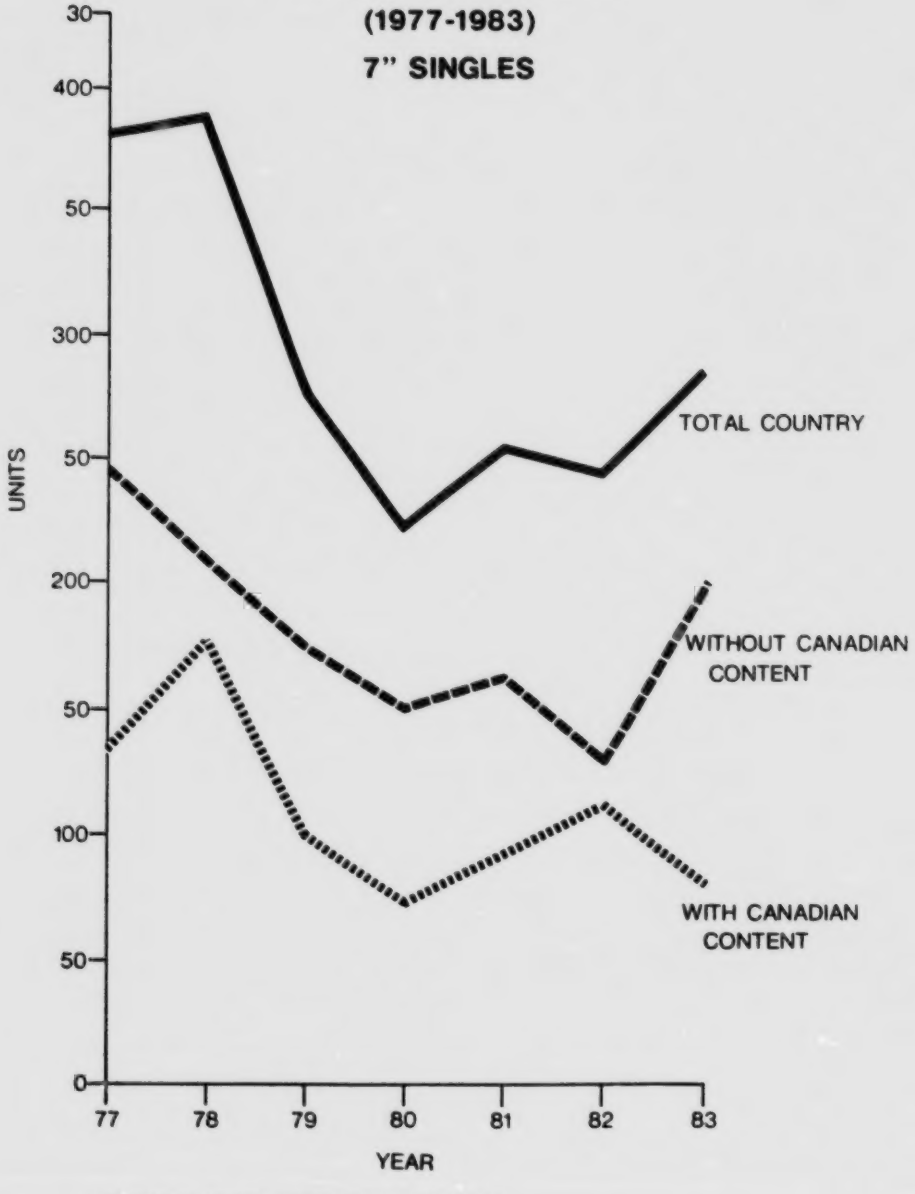
Total Number of New Country & Folk* Recordings Available in Canada by Format and Canadian Content (1977-83)

	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
7" singles							
With Canadian Content	131	173	99	72	93	115	82
Without Canadian Content	248	211	174	149	162	128	198
Total 7" Country & Folk Singles	379	384	273	221	255	243	280
Total 7" Singles - (all categories)	2,310	2,513	1,719	1,628	1,870	1,969	1,939
12" Albums							
With Canadian Content	150	66	81	57	67	45	44
Without Canadian Content	230	177	169	193	177	153	184
Total 12" Country & Folk Albums	380	243	250	250	244	198	228
Total 12" Albums (all categories)	3,149	3,332	2,496	2,595	2,866	2,833	2,874

* Statistics Canada places all country recordings in the "Country & Folk" category.
Note: These figures were obtained from Statistics Canada.

GRAPH #1

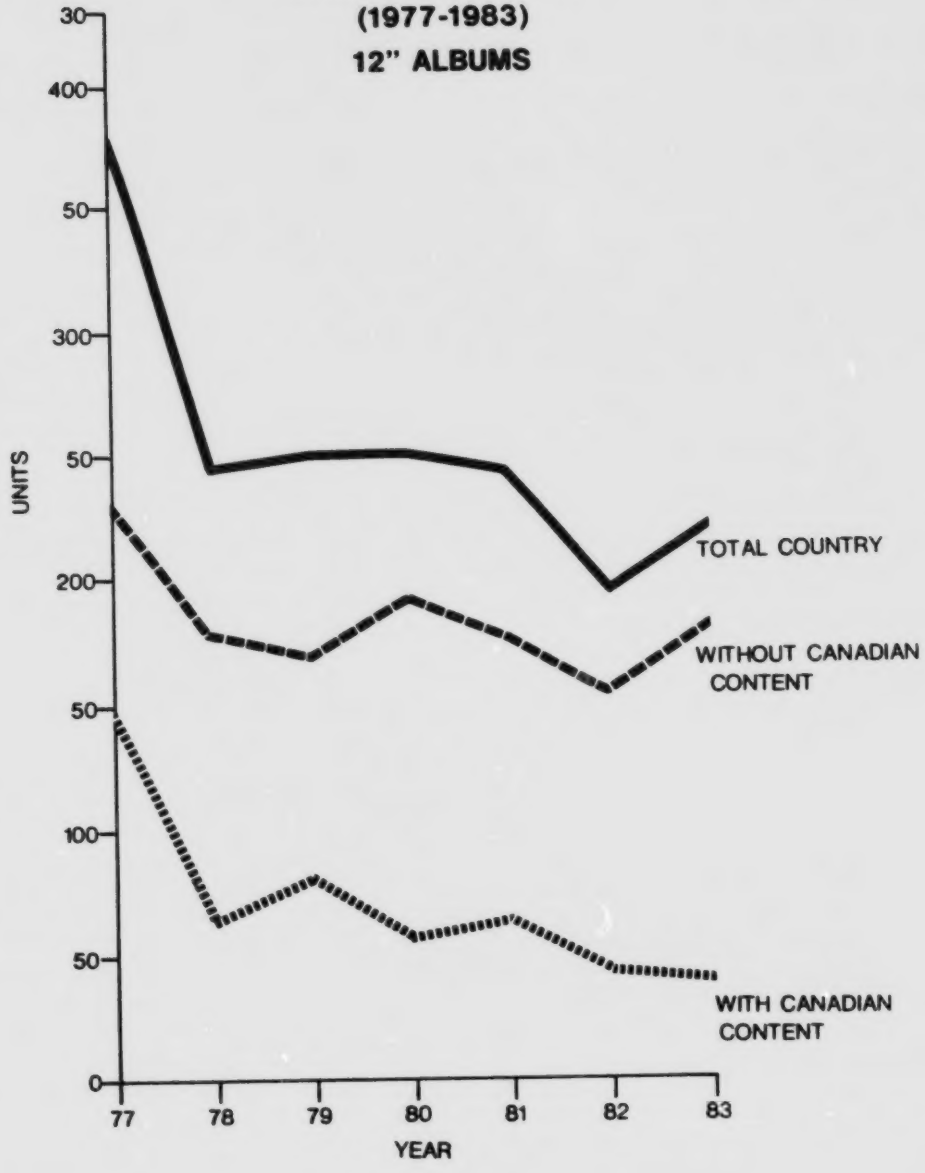
TOTAL NUMBER OF NEW COUNTRY & FOLK RECORDINGS AVAILABLE IN CANADA (1977-1983) 7" SINGLES



FIGURES FROM STATISTICS CANADA

GRAPH #2

TOTAL NUMBER OF NEW COUNTRY & FOLK RECORDINGS AVAILABLE IN CANADA (1977-1983) 12" ALBUMS



FIGURES FROM STATISTICS CANADA

Although Canadian country artists seldom sell more than 10,000 copies of an album, it should be noted that some well-known American country artists sometimes only sell 5,000 to 15,000 copies.

A number of reasons have been cited for the low country music sales:

a) the Canadian market is too small to consistently support artists;
b) the promotion and distribution of Canadian product is inadequate;
c) there is a lack of country product at the retail level; and
d) country music fans tend to record selections off the air rather than buy recordings.

The size of the Canadian market has been well documented. There are relatively few people living in a fairly vast expanse. Compared to the United States, the cost of promotion, distribution and touring is relatively high. It is said that it is easier to be a musician in Philadelphia than in Canada.

Rock and pop historically have received more promotion and better distribution than country because of their greater sales volume, which financially means greater unit sales per promotion dollar. Canadian country recordings are further disadvantaged because of their limited promotional budgets.

Distribution at the rack-jobber and one-stop level filters the number of records available to the public since this level of distribution works almost exclusively with a limited, high turnover catalogue.

Similarly, record retailers primarily stock rock and pop recordings because of their tendency to turnover more quickly. Country records are given inferior shelf space and their catalogues are trimmed to provide space for higher profile recordings. The country music fan is discouraged, though not intentionally, from buying country recordings for three main reasons: first, the low profile given to country music in retail outlets which are primarily rock-oriented; second, the inferior shelf-space given to country recordings; and third, the limited country catalogue available at the retail level.

It is difficult to verify whether country fans, as a rule, record songs off-air rather than buy recordings. The difficulties in obtaining records at the retail level, however, may encourage country music fans to record songs off-air.

The sale of recordings by mail order and at club dates remain an important sales' outlet even for many top Canadian country artists.

Promotion

Top Canadian country artists currently spend between $20,000 and $45,000 to produce an album and $5,000 to $10,000 on promotion. Although a few recordings have reached the 40,000 mark, most sell between 5,000 and 15,000 copies.

American artists usually get a much greater return on their investment and promotional dollar. In the US top American country artists generally spend between $50,000 and $100,000 per album and $20,000 to $100,000 on promotion. In turn they sell between 100,000 and 250,000 copies. In Canada, American artists spend $10,000 to $20,000 on promotion and generally sell between 20,000 and 50,000 copies.

Considerably greater sums are sometimes spent on artists. For instance, $250,000 was purportedly spent to groom, record and promote The Judds, who have sold 700,000 copies of their first album "Why Not Me". Anne Murray, whose album "Heart Over Mind" is said to have cost $300,000 to produce and $200,000 to promote, has sold over 500,000 copies in the US and 65,000 in Canada.

While many top American country artists released in Canada sell more copies than Canadian artists, some have sold relatively few. Reba McEntire, who was voted best female vocalist by the CMA in 1984, for example, sold only 8,000 copies of her 1984 release "My Kind of Country", in Canada. In the United States she has sold 100,000 copies. It is important to realize that the American country artists released in Canada generally represent the best in American country music. Moreover, many American country artists are not released in Canada.

Despite the financial differences between the American and Canadian markets and the country recording industries in both countries, it is generally felt that a viable retail market exists in Canada. To be successful and viable, however, artists have to be promoted and distributed, the market has to be tapped and all sources of revenue channelled back into the artist.

Publishing

A number of broadcasters believe that the Canadian country music industry is largely a copyright industry and that the Canadian content regulations have helped develop a "cottage publishing" industry in Canada.[13]

In Canada, the income acquired through publishing is necessary to help offset the cost of recording since Canadian album sales are relatively low. The sale of 10,000 copies of an album hardly warrants $40,000 in recording and production costs, $5,000 in promotion costs, and other costs which may be incurred.

Investing in Canadian country recordings virtually requires owning the publishing rights. The publishing industry has relatively little overhead compared to the recording industry. Consequently, owning the publishing rights to a recorded song is a low-risk source of income.

In Canada, as a rule of thumb, Top 10 country songs generate between $2,500 and $5,000 in airplay royalties both for the composer-lyricist and the publisher.[14] In addition, mechanical rights on sales are collected at a rate of 2¢ per song, a rate said to be the lowest in the Western World. Mechanical rights in the US are 4.5¢ per song. At the rate of 2¢ per song, the sale of 10,000 copies would mean a return of $200 per song, to be split between the publisher and songwriter(s). If the ten songs on the album are composed by the same songwriter(s), he may earn $1,000 for the sale of 10,000 copies and $9,000 in airplay royalties if three cuts on the album receive substantial airplay. Also, since 4.5¢ in US$ represents 6¢ Canadian, mechanical royalties in the United States are 300% greater for the sale of the same number of recordings. The mechanical royalties earned in the United States on sales of 5,000 units would be equal to the royalties on 15,000 units in Canada.

While the total amount stations pay (3% of a station's annual revenue) to the two copyright agencies, CAPAC and PROCAN, may seem hefty, the individual songwriter receives relatively little compensation. Like the Canadian country recording industry, the country publishing industry is largely made up of independents, many of whom have their own labels and act as their own publishers. It is estimated that 50% of the country publishing dollars stay in Canada.

Morning Music Ltd. is one of the larger Canadian country publishers. Benefiting largely from Stompin' Tom Connor's success, the company currently represents a number of American publishers. Boot says it could not survive exclusively on Canadian publishing royalties.

The three major international country publishers in Canada are RCA's Sunbury-Dunbar Music Inc., CBS' April-Blackwood Music Inc., and Chappell & Co. Ltd.

Record companies generally encourage artists to record songs from their company's catalogue. In Canada publishing royalties largely help cover distribution and promotion expenses. If record sales cover recording expenses, publishers can make substantial profits.

Increasing the rate of mechanical royalties to that of the US (4.5¢ per song), would provide additional funds for publishers and songwriters.

Decreasing the Canadian content level would be detrimental to the Canadian country publishing industry, and also harm the Canadian country music industry which relies on publishing revenues to help offset its costs.

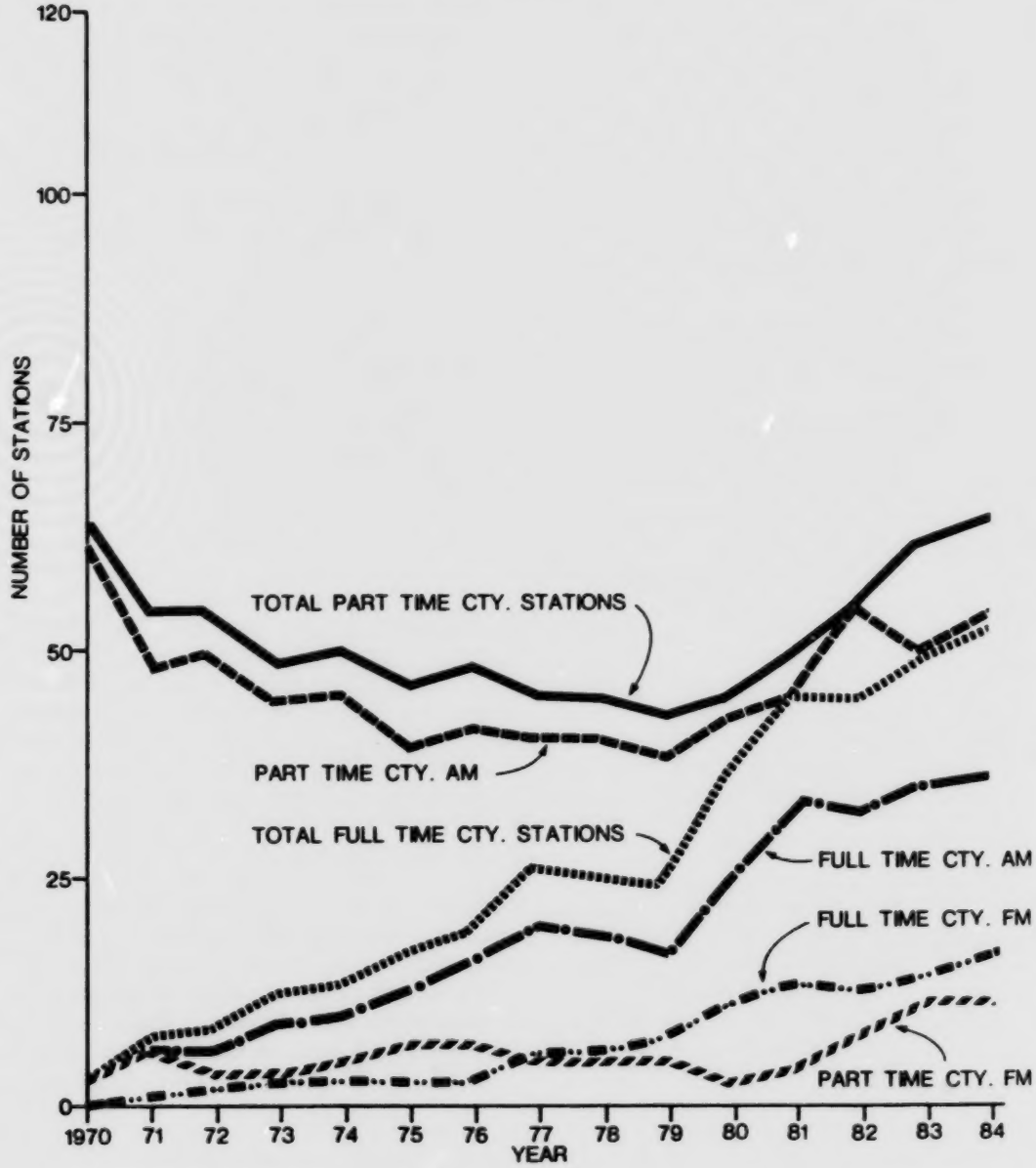
Broadcasting

In the mid-1960s, there were only three or four full-time country stations in Canada. At the time, Canadian stations tended to be heavily day-parted and while many stations broadcast country music programs, few did it on an 18- or 24-hour basis. By 1975 when the FM policy was implemented, there were 17 full-time and 46 part-time country stations according to the "Broadcasting Directory". There are currently at least 52 full-time and 64 part-time country stations according to the "Directory".[15] (See graphs 3 and 4) There are 14 full-time country stations (six FM and eight AM) in the 12 largest cities.

While most stations program a range of country music including cross-over music, some stations program more contemporary selections than others. Also, a few stations lean towards a Top 40 country format. The overall consensus was that AM stations generally tend to be more traditional and FM stations more contemporary. However, the size of the market and the number of stations within the market also determine a station's format.

GRAPH #3

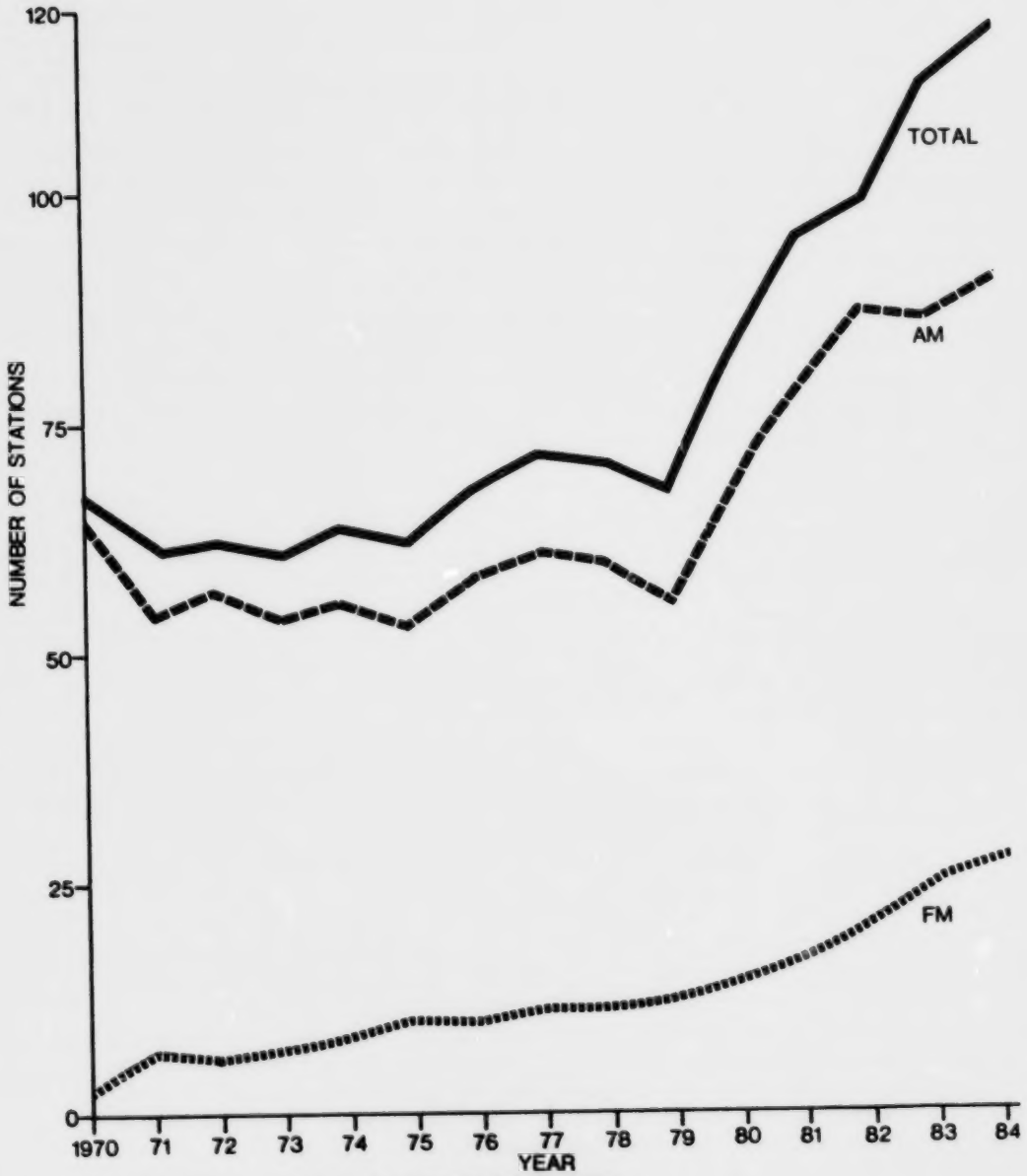
COUNTRY MUSIC STATIONS
(1970-1984)



FIGURES FROM THE BROADCASTING DIRECTORY

GRAPH #4

COUNTRY MUSIC STATIONS
(1970-1984)



FIGURES FROM THE BROADCASTING DIRECTORY

In Canada, for example, CKWX-AM Vancouver and CFGM-AM Toronto are Top 40 contemporary-oriented country stations; CISN-FM Edmonton and CFQM-FM Moncton tend to be contemporary country; CKBY-FM Ottawa and CFAC-AM Calgary tend to be diverse although they consider themselves to be contemporary country stations; and stations in the Maritimes and British Columbia tend to be traditional.

A number of Canadian country broadcasters who border the US expressed concern over the impact of American country stations on their audience and revenues. They maintained that American stations expose Canadians to the best in country music and consequently are competitively advantaged.

Ken Johnson of WYRK-FM Buffalo, which has a significant Canadian audience, says that Canadians tune to his station because of the station's Nashville- and hit-oriented format. He says Canadian listeners have complained about the quantity of Canadian content on Canadian stations.

Southern Ontario is probably the most competitive region in Canada. Three American stations are currently available in the Niagara region: WYRK-FM and WWOL-AM in Buffalo and WXRL-FM Niagara Falls. While in 1984 WWOL and WXRL had little influence in the area, WYRK had a 3% share of the region's listening hours. In terms of reach, 8% of the region tunes in to the station. CJQR-FM[16] St. Catharines appeared to be the Canadian station most affected by WYRK. At that time, both CJQR and WYRK had 2% of the listening hours in St. Catharines.

While the complaint may be valid, Canadian stations for the most part have maintained or increased their share of the market over the past ten years. Since 1976, 13 of the top 15 country stations have experienced an increase in, or maintained their full coverage listening hours. (See Charts 2 and 3 and Graphs 5 and 6)

In the late 1950s, Nashville started smoothing out country elements in the music to broaden its market and fill the gap left in the MOR market when the recording industry leaped onto the rock 'n roll bandstand. In the late seventies, country music was re-energized by the integration of soft rock elements, such as a stronger beat and rock-oriented guitar lines. Triggered by the film "Urban Cowboy", country won a new and younger urban audience. The recording and broadcasting industries have attempted to maintain this audience while at the same time keeping their older, traditional audience.

CHART 2

Top 15 Country Stations
Full coverage listening hours ('000)

	1976	1978	1980	1982	1984
CFGM-AM Toronto	2,098	2,786	3,665	5,031	3,419
CFAC-AM Calgary	3,257	2,891	3,386	3,295	2,954
CKWX-AM Vancouver	2,576	3,031	3,010	2,776	2,804
CFCW-AM Camrose	2,111	2,717	2,937	2,624	2,716
CKBY-FM Ottawa	1,781	1,643	2,386	2,081	2,431
CKRC-AM Winnipeg	1,634	868	1,949	2,061	1,935
CJBX-FM London	-	-	1,123	1,393	1,572
CKRM-AM Regina	1,509	1,382	1,417	1,687	1,474
CFQM-FM Moncton	-	-	1,382	1,541	1,408
CKGL-FM Kitchener	1,121	1,097	1,107	1,142	1,202
CISN-AM Edmonton	-	-	-	1,700	1,201
CJWW-AM Saskatoon	412	410	799	821	1,050
CHFX-FM Halifax	955	893	1,154	1,049	940
CHOW-AM Welland	499	613	786	640	568
CHQR-FM St. Catharines	-	-	445	467	513

Source: BBM Radio Reach Report, 1976 - 1984
Ranked in descending order of full coverage listening hours in 1984

CHART 3

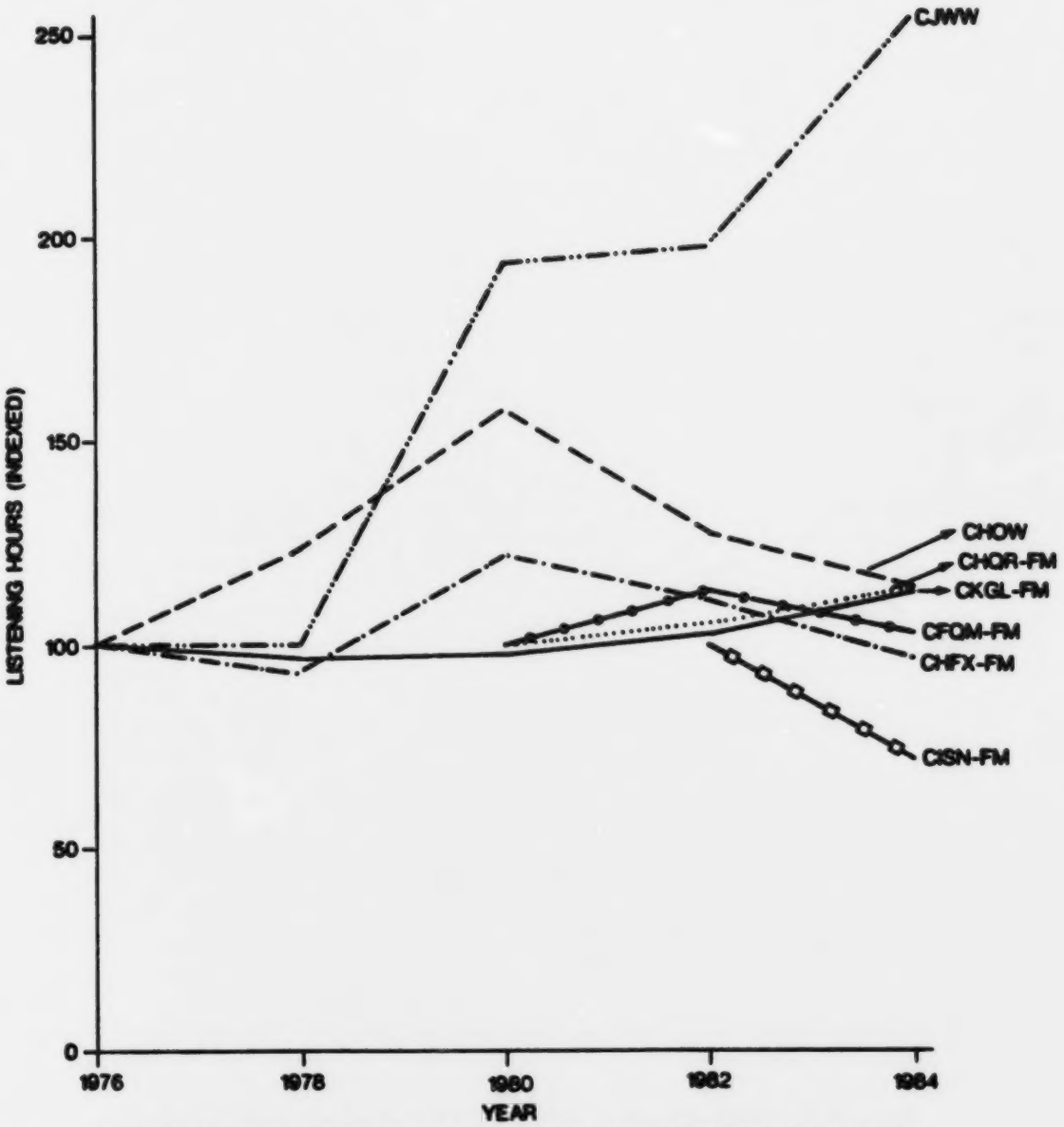
Top 15 Country Stations
Share of Central Market Areas Listening Hours

	1976	1978	1980	1982	1984
CFGM-AM Toronto	3	3	3	5	4
CFAC-AM Calgary	25	18	24	19	16
CKWX-AM Vancouver	11	12	10	10	9
CFCW-AM Camrose*	8	8	8	7	8
CKBY-FM Ottawa	7	6	8	8	9
CKRC-AM Winnipeg	11	6	11	13	12
CJBX-FM London	-	-	13	13	9
CKRM-AM Regina	13	16	15	22	18
CFQM-FM Moncton	-	-	22	30	27
CKGL-FM Kitchener	9	5	8	11	8
CISN-AM Edmonton	-	-	-	11	7
CJWW-AM Saskatoon	15	16	24	20	27
CHFX-FM Halifax	8	8	10	13	13
CHOW-AM Welland**	9	10	12	11	9
CHQR-FM St. Catharines	-	-	3	3	2

Source: BBM Radio Reach Report, 1976 - 1984
Ranked in descending order of full coverage listening hours in 1984
* Share of Edmonton's CMA
** Share of St. Catharines/Niagara's CMA

GRAPH #5

TOP CANADIAN COUNTRY MUSIC STATIONS *
FULL COVERAGE LISTENING HOURS
1976-1984

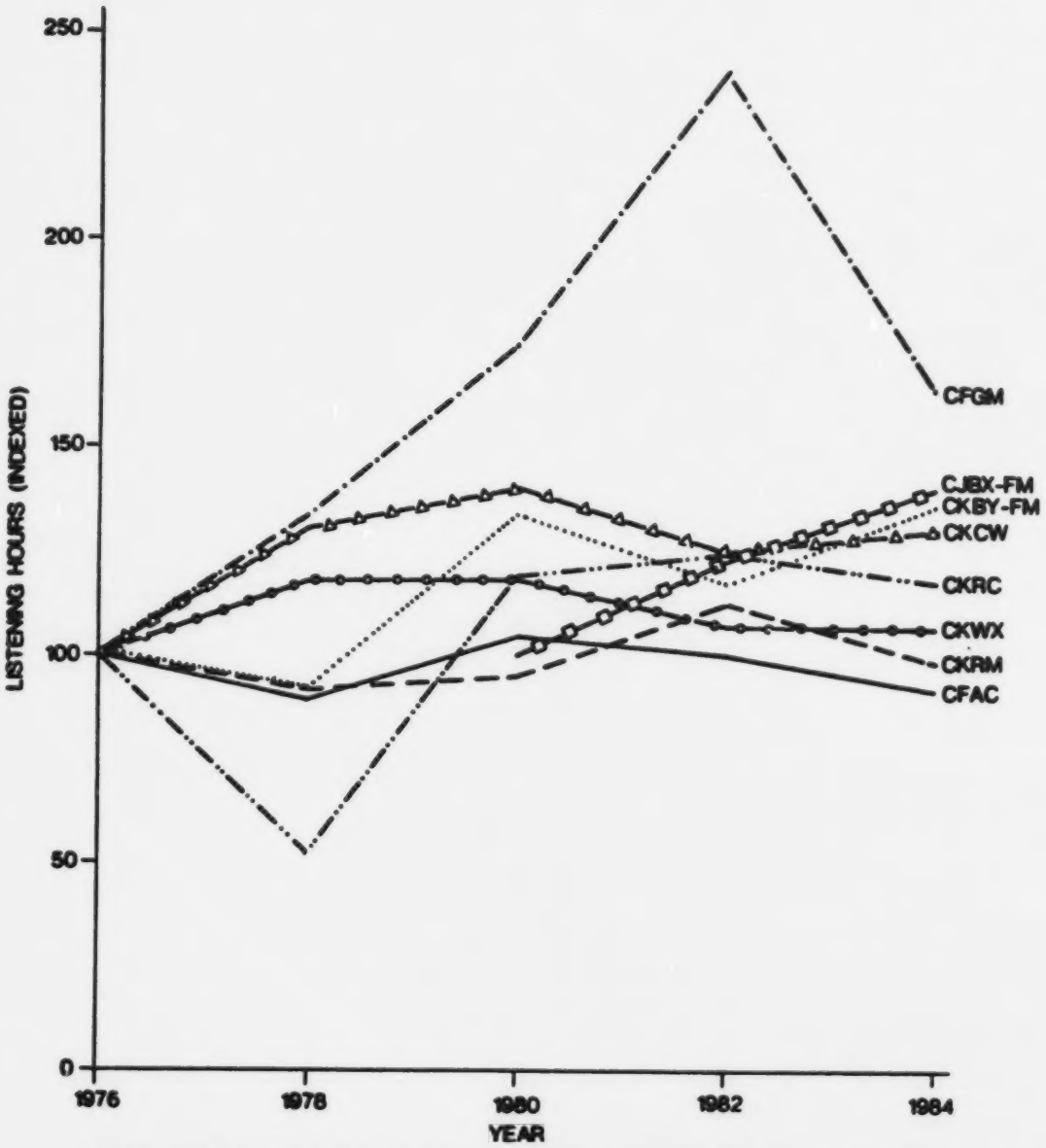


* ACCORDING TO NUMBER OF FULL COVERAGE LISTENING HOURS IN FALL 1984

SOURCE : BBM RADIO REACH REPORT, 1976-1984

GRAPH #6

TOP CANADIAN COUNTRY MUSIC STATIONS *
FULL COVERAGE LISTENING HOURS
1976-1984



* ACCORDING TO NUMBER OF FULL COVERAGE LISTENING HOURS IN FALL 1984

SOURCE : BBM RADIO REACH REPORT, 1976-1984

The contemporary country format, which leans towards crossover country selections and appeals to a 25 to 49 audience, is said to be filling the spot left by the Adult Contemporary format. Adult Contemporary, which is currently popular, is programming a substantial amount of new synthesizer- and dance-oriented music. It is currently characterized by a strong pull towards Black music.

The appearance of Lionel Ritchie and Bruce Springsteen on American country charts is undoubtedly indicative of a move into AC territory, and may legitimize country's claim as the "MOR of the eighties."

Many country stations, on the other hand, continue to have a marked traditional country base, which has been strengthened by the current traditional country revival. This has led some to speculate that the country format, like the rock format in the early seventies, may fragment into two formats: contemporary-MOR-oriented country and traditional-oriented country. In Canada the split is not yet defined.

Television and country music

A number of Canadian country music television series have been produced in Canada over the past sixteen years, including The Tommy Hunter Show, The Ronnie Prophet Show, The Ian Tyson Show, Party With the Rovers, Ray St. Germaine, Nashville North and Family Brown Country. Currently, the Tommy Hunter Show, which is produced by the CBC and is nationally carried by both the CBC and the Nashville Network (TNN), is the only nationally televised venue accessible to Canadian artists. At the same time, it is also said that there are only a handful of Canadian artists who can meet the show's calibre of performance.

Some argue that the availability of TNN in Canada discourages independent stations from producing country programs, since it is difficult for these stations to compete with the network's programming budget. It is easier and cheaper for stations to fulfill their Canadian content requirement by producing game shows. One suggestion was that TNN be required to program a percentage of Canadian content to help promote Canadian country artists.

Others believe that TNN has a limited audience potential and therefore, should not discourage the production of Canadian country television shows. It has been said that competitive production values should be the only criteria deciding television access, and that good Canadian artists will have access to the medium.

Again, funding is the major obstacle preventing Canadian production values from being entirely competitive.

Country music programming in Quebec

There is currently only one full-time country station in Quebec: CFIN-FM Coaticook. Another station, CKVL-AM Montreal, programs country music from 7:00 pm to 10:30 pm during the week and 11:00 am to 11:00 pm during weekends.

While CKVL has little trouble meeting either the Canadian content or French-language requirements, CFIN-FM which estimates that it programs 45% Canadian content, says it has difficulty meeting the French-language quota.

The two stations receive approximately one French album per month and between ten and twenty English Canadian singles per month. Some of the French country is from France.

In Quebec it is generally acknowledged there are approximately ten major French country artists, with another ten artists producing acceptable recordings, and twenty more producing products of marginal interest.

While in the past, western was extremely popular, country has been growing in popularity since the mid-seventies. Currently, the best selling recordings in Quebec are French-language cover versions of American hits.

The Quebec country recording market can be lucrative as demonstrated by Chantal Pary's 100,000 and Renée Martel's 50,000 sales' figures.

Many believe that with better management and increased promotion and distribution, more Québécois country artists could produce better recordings and maintain successful careers in the province.

Canadian content

While the number of Canadian content country albums released in Canada is relatively low, the number of singles available provides a substantially larger pool. Numerous broadcasters argue that while there is sufficient Canadian product, the quality is often poor and much of the material is regionally oriented. The lack of quality

Canadian product with national appeal, they said, resulted in inferior programming: it required broadcasters to program a greater quantity of Canadian gold, excessively repeat new Canadian selections over an extended period and program selections which they felt did not merit airplay. These tendencies they felt, resulted in tune out and burn out.

Broadcasters generally believe that nationally distributed Canadian country is qualitatively competitive with most American country recordings. They also generally consider that American country superstar product is usually excellent, but that the quality of lesser known American artists is less consistent. Broadcasters also find that there are occasional shortages of acceptable American product.

Few Canadian country recordings exist in the MOR-oriented style of Kenny Rogers, Barbara Mandrell and Lee Greenwood. Consequently, Canadian stations striving for a strict, contemporary-MOR-oriented country format may have some difficulty fulfilling the Cancon requirement. All Canadian stations, however, currently play some traditional country. Therefore, the difficulties contemporary-oriented country stations experience should not be much greater than that of other country stations.

Some broadcasters say that the Canadian content regulation encourages artists to produce inferior product. They maintain that artists, often assume that their recordings are adequate because they receive airplay. It is also said that many artists do not produce better recordings because they assume that broadcasters must program their records because of the regulations.

Broadcasters on the whole believe that music should stand on its own merits and be internationally competitive. Furthermore, they maintain that quality Canadian recordings will continue to be played if the Canadian content requirement is reduced. A lower requirement will allow them to drop the inferior product.[17]

Some members of the recording industry also suggest reducing or eliminating the Canadian content requirement because they believe it stigmatizes Canadian country at home as well as abroad. They say that Canadian studios, publishers, songwriters and new artists have probably benefited most from the regulations. The majority, however, want the requirement to remain.

Despite the fact that artists such as Stompin' Tom Connors and Box Car Willie (who has sold 30 million albums) have sold substantially without radio support, airplay remains a valuable promotional tool. Airplay almost always generates record sales. This allows artists to spend more on recording and promotion and gives them greater leverage for performance and record contracts.

Country music broadcasters were said, in general, to be supportive of Canadian artists. A number of problems were cited, however, which indicate that some stations are less supportive[18] than others. Four stations were said to be generally unsupportive[19].

The loading of Canadian content into "off" hours was a common complaint. There was also some concern about stations programming gold rather than new material. Also, some stations were accused of downgrading Canadian content on air and playing inferior product rather than newer or better quality product.

Some stations were said to refuse to chart Canadian selections, while others had separate charts, one for American and one for Canadian product.

One incident which seems to be indicative of some broadcasters' attitudes towards Canadian content, is that a number of stations refused to program Anne Murray's Grammy winning "A Little Good News" because it met only one of the four criteria and therefore, did not qualify as Canadian. It is possible that the stations refused to play the song because of the tremendous amount of airplay given Anne Murray over the past ten years. On the other hand, Canadian artists are increasingly recording American songs in Nashville and therefore recording only one-part Cancon. These artists are apparently having difficulty getting one-part songs played by radio.

While broadcasters may be justified in refusing to play some Canadian selections, Canadian selections that are competitive sometimes have difficulty obtaining airplay. As one critic commented: "the problem with Canadian country music is that it is Canadian".

Other concerns

The Canadian country recording industry is becoming stronger but experiencing increasing difficulties as the economics of the industry become more stringent. Competition from the United States, both in

terms of superstar product and the dominance of the multinational record companies, dwarfs the Canadian country recording industry.

In small countries that have limited recording industries, domestic content requirements are generally not instituted. However, most smaller countries have state-owned and controlled broadcasting systems that encourage domestic access.

The Canadian content requirement was initiated to provide Canadian artists with access to their own airwaves. While the Commission does not wish to encourage mediocrity on the airwaves, it has generally maintained that Canadian artists should be entitled to its own airwaves.

Although many difficulties exist, the Canadian country music industry has evolved over the past ten years. An increasing number of artists have become nationally known and a second level of artists has been established. Canadian management has also become more experienced, and is now better equipped to handle its artists' careers.

Canada has both the talent and the facilities. However, limited funding and difficulties at the retail level seriously impede the industry as a whole.

Canadian artists can be said to have reached a plateau in Canada. The development of a stronger country music star system in Canada would help give Canadian artists a higher profile. Although ACME has held country music awards for the past five years, the awards have not received national television coverage until this year. National coverage of the awards in 1986 will undoubtedly increase the awareness of Canadian country music nationally and help give it credibility.

Additional funding for recording, promotion and distribution may help the industry. Those interviewed suggested three principal sources of funds: the multinational record companies, a country version of FACTOR and the Federal Government.

The first proposal would probably be in the form of a tax, which would probably be allocated in the same way as Canada Council grants.

The second is already operational since country artists may apply and have been granted FACTOR loans. If additional country stations become members of FACTOR, additional and proportionate funds will

be allocated to country artists. Also, a number of country music broadcasters, under the auspices of the CAB, have proposed establishing a country music equivalent of FACTOR. Further discussions are to follow.

The third proposal was initiated by the Department of Communications in May 1986. DOC has allotted $25 million to the Canadian recording industry over the next five years ($5 million/year) which is to be administered, in part, by FACTOR. The sum to be allocated exclusively to country music, however, has not been determined.

The Canadian content regulations

In the course of the study, numerous changes to the Canadian content regulations were proposed. These are discussed below:

1. The Canadian content requirement should be increased to further stimulate the recording industry.

   This was suggested in the context that Canadian artists should, in line with the objectives of the Broadcasting Act, have majority access to their own airwaves. The lack of quality Canadian recordings could create hardships for broadcasters. Also, programming "poor" quality recordings may not be in the public interest and may not benefit artists.

2. The Canadian content requirement should remain the same.

   If increasing the Canadian content requirement could cause broadcasters further difficulties, lowering the requirement would likely undermine the advances made by composers, lyricists, publishers and the recording industry over the past ten years.

3. The Canadian content requirement should be lowered or the FM Canadian content requirement increased.

   Levels ranging from 15% to 25% were suggested. Lowering the requirement would allow broadcasters to program less of what they consider to be recordings of questionable quality. Acceptable Canadian material would undoubtedly continue to receive airplay. In order to minimize the negative impact on the recording industry, it was suggested that the requirement be dropped over a two-year period - possibly to 25% the first year and 20% the second.

   Canadian country broadcasters feel that they are disadvantaged because they are required to program 30% Canadian content while FM rock stations have lower requirements and a greater supply of recordings. They maintain that the requirement for rock and country formats should be competitive and lowered. On the other

hand, members of the recording industry criticized the different requirements for AM and FM stations, describing them as inconsistent. It was suggested that FM, with its greater fidelity, should have an equal or greater Canadian content requirement.

Lowering the requirement would reduce publishing royalties which are currently channelled back into the recording industry. Canadian artists would get less exposure. Also, broadcasters say that there is occassionally a lack of American product. Would mediocre American product replace Canadian product?

4. Allow one-part Canadian content selections to qualify as Canadian.

One possibility is establishing a point system. Another is giving one-part Canadian selections double weight.

a) A point system should be established so that a Canadian producer could help a selection qualify as Canadian.

b) A point system should be established which would encourage broadcasters to program new Canadian, instead of gold selections.

c) Two one-part Canadian content selections should be allowed to qualify as one selection.

d) One-part Canadian selections should be allowed to make up 15% (half) of the requirement.

e) The selection should qualify as Canadian if the artist is Canadian.

One of the proposals was that artists should receive extra credit because they invest in recordings. On the other hand, it was felt that this would encourage artists to record in Nashville. Also, since the regulations were intended to vertically stimulate the industry, giving the artist extra credit might imbalance the MAPL system.

5. The Canadian content requirement should be dropped.

It could be dropped:

a) on a trial basis to see how it would affect the industry;
b) gradually to minimize the effect on the recording industry; or
c) completely.

It would seem that this alternative exceeds the scope of this enquiry, and should be dealt with in a larger context such as a review of the Canadian content regulation itself.

Dropping the Canadian content requirement on a trial basis would probably be chaotic. Consistent programming tendencies will only be established if consistent radio policies are implemented.

Eliminating the Canadian content requirement would harm the recording industry more than lowering the requirement.

Summary of the study

The difficulties facing the Canadian country music industry are similar to those which the Canadian pop and rock industry encountered in the past and to a lesser degree, experiences today.

The size of the market, the limited funds, difficulties at the distribution, promotion and retail levels, and what some claim to be a lack of commitment to the support of Canadian artists on the part of some broadcasters, have all been identified as contributing to the problems of the country music industry.

The major problems examined in the paper are identified below:

1. In Canada relatively few people live in a fairly vast expanse. The cost of promotion, distribution and touring is high in relation to the returns, particularly when compared to the United States.

2. Rock and pop recordings historically have received more promotion and better distribution than country records because of their greater sales volume, which results in greater unit sales per promotion dollar.

3. Distribution at the rack-jobber and one-stop level filters the number of records available to the public since this level of distribution works almost exclusively with a limited, high turn-over catalogue.

4. Record retailers primarily stock rock and pop recordings because of their tendency to turn over more quickly. Country records are given inferior shelf space and catalogues of country music are trimmed to provide space for higher profile recordings.

5. The country music fan is discouraged from buying country recordings because of the difficulties existing at all levels of the industry.

6. The limited budgets available for the production, promotion and distribution of Canadian country recordings, both hinders and discourages record sales. Low record sales, in turn, limit budgets for the production of recordings, etc.

7. Broadcasters generally feel that nationally distributed, Canadian country recordings are qualitatively competitive with most American country recordings.

8. While there appears to be a sufficient quantity of Canadian product, broadcasters maintain that much of the material is regionally oriented and that the quality of this regional product is often poor. The lack of quality Canadian product with national appeal is said to result in inferior programming.

9. Canada has the talent. Although many difficulties exist, the Canadian country music industry has evolved over the past ten years. An increasing number of artists have become nationally known and a second level of artists has been established. Canadian management has also become more experienced, and is now better equipped to handle its artists' careers. However, there is still work to be done in this area.

10. The Canadian country recording industry is becoming nationally recognized. A star system is being established and recordings of international calibre are being produced. The industry, however, is experiencing increasing difficulties as the economics of the industry become more stringent. Competition from the United States, both in terms of superstar product and the dominance of the multinational record companies, dwarfs the Canadian country recording industry.

11. The additional funding for recording, promotion and distribution allotted by DOC will undoubtedly help the industry. Other sources of funds, such as the multinational record companies and a country version of FACTOR should be examined.

Notes

1. The term contemporary refers to the modern MOR- and pop-oriented, crossover-type, country sound and not to current or newly released material.

2. Broadside ballads, so called because they were printed on large sheets of paper known as broadsides, often related historical events and functioned as newspapers in areas where illiteracy was common.

3. Before records and radio became widely available, popular music was distributed and popularized through sheet music, and its popularity measured in terms of sheet music sales.

4. While the Nashville sound has largely typified the sound of country music since the early seventies, some regional differences remain. French influence can be felt in Canadian folk music, primarily in the Maritimes, Quebec and Ontario; French, Spanish and Afro-American elements are part of the music of Louisiana; Afro-American traits are heard in the southeastern and central states; and Spanish and Afro-American elements are noticeable in the south-central states.

5. "The Illustrated History of Country Music", p. 57.

6. Ibid, p. 59.

7. In 1929 Victor Records was bought by RCA (Radio Corporation of America) and Brunswick Records was bought by Warner Brothers film company. In 1935 Columbia Records was purchased by ARC (American Record Corporation) which in 1938 was sold to CBS (Columbia Broadcasting Systems).

8. Ibid, p. 73.

9. The southeastern sound represents Nashville's early attempts to polish traditional country music.

10. Ibid, p. 216.

11. Ibid, p. 254.

12. See chapter on broadcasting (page 24).

13. These broadcasters may be focusing on the performer as the principal contributor to a song, with record sales generating the return on the performer's investment. Airplay, however, with or without record sales, returns money to the composer and lyricist. The Commission Canadian content regulation is meant to help composers, lyricists and performers equally.

14. In comparison, a Top 10 crossover selection which enters the Adult Contemporary charts may earn between $15,000 and $20,000 in airplay royalties.

15. According to a Commission study, 109 stations devote 15% or more of their broadcast week to country music. Another survey, conducted by the Academy of Country Music Entertainment, indicates that there are approximately 75 full-time country stations and 100 stations that program some country music in Canada. Graphs number 3 and number 4 show the growth in the number of country stations in Canada since 1970.

16. CJQR-FM became a Group II or (Album-oriented-rock) station in Spring 1986.

17. While some artists record inferior product, it is doubful that they do so intentionally.

18. For example, one station which purportedly petitioned Canadian artists for support to obtain a broadcasting licence, now supposedly refuses to interview Canadian artists.

19. Three of the four stations were in highly competitive markets.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission

L'INDUSTRIE DE LA *Musique* COUNTRY AU CANADA

NOVEMBRE 1986

Canada

Pour tout exemplaire supplémentaire,
s'adresser aux :

Services d'information du C.R.T.C.
(819) 997-0313

Adresse postale

Ottawa (Ontario)
K1A 0N2

Emplacement

1, promenade du Portage
Édifice central
Hull (Québec)

ou aux bureaux régionaux du C.R.T.C.

Pièce 428, Barrington Tower, Scotia Square
Halifax (N.-É.) B3J 2A8
(902) 426-7997

Complexe Guy Favreau, Tour de l'Est
Pièce 602
200 ouest, boul. Dorchester
Montréal (Québec) H2Z 1X4
(514) 283-6607

275, avenue Portage
Winnipeg (Manitoba) R3B 2B3
(204) 949-6306

Suite 1130, 700 West Georgia
Case postale 10105, Centre Pacific
Vancouver (C.-B.) V7Y 1C6
(604) 666-2111

N° de catalogue BC92-40/1986
ISBN 0-662-54716-0

L'industrie de la musique country au Canada

Direction de la radio
Novembre 1986

TABLES DES MATIÈRES

	Page
L'industrie de musique country au Canada	1
Introduction	1
L'historique de la musique country en Amérique du Nord depuis les années 20	2
Les années 20	2
Les années 30	3
Les années 40 et 50	6
Les années 50	7
Les années 60	8
Les années 70 et 80	9
L'historique de la musique country au Canada	11
La musique country de langue anglaise	11
La musique country de langue française au Québec	13
L'industrie du disque country au Canada	16
Le musicien au Canada	16
Les studios	19
La vente au détail et la distribution	20
La promotion	25
L'édition	26
La radiodiffusion	27
La télévision et la musique country	31
Les émissions de musique country au Québec	36
Le contenu canadien	37
Autres préoccupations	39
La réglementation en matière de contenu canadien	42
Résumé de l'étude	45
Notes	47

L'industrie de la musique country au Canada

Introduction

Depuis quelques années, certains radiodiffuseurs ont suggéré que les stations de musique country canadiennes désireuses de présenter une plus grande quantité de musique country contemporaine[1] soient autorisées à mettre en ondes un niveau de contenu canadien plus faible. Ces radiodiffuseurs prétendent qu'il n'y a pas suffisamment d'enregistrements canadiens de musique country contemporaine pour satisfaire les exigences actuelles en matière de contenu canadien. Ils soutiennent que, bien qu'ils soient désireux de diffuser un plus grand nombre d'enregistrements canadiens de musique country contemporaine, ils doivent déjà en puiser une quantité excessive dans les répertoires country passés et traditionnels afin de répondre aux exigences de la règlementation en matière de contenu canadien.

Pour mieux comprendre et évaluer les besoins des industries de la radiodiffusion et du disque, le Conseil a décidé de procéder à un examen de l'industrie de la musique country au Canada.

Le document ci-joint rend compte des résultats de cette étude. Durant ses recherches, le Conseil a consulté des radiodiffuseurs de musique country, des représentants de divers organismes musicaux, des éditeurs, des compagnies de disques, des chroniqueurs de musique country, des gérants, des artistes qui endisquent et des propriétaires de boîtes de nuit.

L'étude se divise en quatre grandes sections. La première fait un bref historique de l'industrie de la musique country en Amérique du Nord. La seconde présente un historique de la musique country au Canada. La troisième décrit l'industrie telle qu'elle existe présentement au Canada alors que la dernière traite d'un certain nombre de propositions.

Les entrevues ayant été tenues sous le sceau de la confidentialité, les sources des commentaires ne sont pas identifiées.

L'historique de la musique country en Amérique du Nord depuis les années 20

La musique country, appelée tour à tour "old timey music", country et western, et musique hillbilly, a puisé ses origines dans plusieurs traditions musicales, notamment la musique folklorique, le gospel, la broadside ballad[2] et la musique populaire[3]. Musique de traditions rurale et orale, le country a des racines qui sont avant tout britanniques, irlandaises et écossaises. Elle a toutefois été grandement influencée par la musique afro-américaine, française et latino-américaine.[4]

Les musiciens ambulants du dix-neuvième siècle et du début du vingtième siècle et le circuit des vaudevilles qui est apparu au cours des années 1880 ont contribué à mettre en contact les auditoires et les musiciens avec divers styles de musique régionaux. Ils ont également contribué à populariser et à commercialiser les styles de musique et, en donnant à des musiciens un emploi stable, ont créé une classe professionnelle de musiciens populaires.

Les années 20

La "Old timey music" a d'abord été enregistrée en 1922, deux ans après le "Crazy Blues" de Mamie Smith, le premier enregistrement blues. Destiné aux acheteurs noirs, le succès de "Crazy Blues" a ouvert le marché des disques "noirs" et encouragé les compagnies de disques à courtiser les auditoires régionaux et spécialisés. Ces nouveaux marchés ont contribué à stimuler l'industrie du disque qui souffrait à la fois des incursions de la radio et de la chute des ventes due en grande partie à la Crise des années 1921 et 1922. C'est à cette époque que les compagnies de disques ont commencé à parcourir les États du Sud et du Nord et à enregistrer des musiciens locaux. Séduits par les perspectives financières de l'entreprise, les musiciens se précipitaient pour se faire endisquer. Dans "The Illustrated History of Country Music", Charles Wolfe précise :

(TRADUCTION)

> Le développement de l'industrie du disque country a été le premier pas véritable vers la commercialisation de cette musique. Beaucoup de musiciens de l'ancien temps ont d'abord pensé à devenir professionnels - à faire de l'argent avec leur musique en faisant de ce passe-temps une carrière - lorsque leurs disques avaient du succès. Leur salaire, comme nous l'avons vu, était

assez maigre - une modique somme de 50 $, ou, pour les chanceux, des droits s'élevant à 0,0015 $ le disque qui se détaillait à 0,75 $ - mais les affaires marchaient bien et les compagnies n'ont jamais manqué de chanteurs et de musiciens à endisquer.[5]

Contrairement à la musique "noire", qui n'était pas présentée à la radio, la musique country a reçu un appui substantiel de ce médium qui développa rapidement un auditoire important avec des émissions de musique country. En 1922, WSB Atlanta devint la première station à présenter des musiciens locaux interprétant de la musique du bon vieux temps, et en 1923, WBAP Fort Worth diffusa les premières émissions de danse rurales. Extrêmement populaire, la formule a été adoptée en 1925 par WLS Chicaco et WSM Nashville, dont l'émission "WSM Barn Dance" a été rebaptisée "Grand Ole Opry" l'année suivante.

Au début de la radio, 95 % de la musique était diffusée en direct et les postes de radio en faisait usage tout à fait gratuitement. Charles Wolfe écrit :

(TRADUCTION)

> La plupart des artistes du début ne recevaient absolument rien en échange de la radiodiffusion de leurs pièces, bien qu'ils étaient autorisés à annoncer où ils se produisaient, à quel concours de violoneux ils participaient, etc. De nombreuses stations rurales ont maintenu ce type d'approche jusqu'à la Seconde guerre mondiale. La radio des débuts a très peu encouragé les musiciens country à penser qu'ils pouvaient faire de la musique leur gagne-pain, et il est intéressant de noter que les deux plus grands noms de l'époque - la Carter Family et Jimmie Rodgers - sont rarement passés à la radio au cours des années 1920.[6]

Les années 30

La Dépression, au cours de laquelle les ventes de disques ont chuté de 104 millions de dollars en 1927 à six millions de dollars en 1932, a été marquée par le transfert des recettes de l'industrie du disque à l'industrie de la radiodiffusion.[7] Le disque, principal véhicule de la musique country dans les années 20, a été supplanté par la radio une décennie plus tard. Les rouages économiques de l'industrie étaient simples. Les émissions radiophoniques ne coûtaient plus rien une fois le récepteur radio acheté, tandis que les disques, qui contenaient deux chansons, coûtaient entre 0,75 $ et 1,25 $.

Bien que les ventes de musique country aient été durement touchées au cours de la Dépression, la popularité du country a continué de croître. La croissance de cette musique est attribuable à l'importance de son auditoire rural ainsi qu'à la diversité des genres musicaux qu'elle englobait. Allant des hymnes et du gospel aux chansons folkloriques et populaires, la musique country plaisait à un large éventail de goûts musicaux. Douglas Green, dans "The Illustrated History of Country Music", décrit son attrait :

(TRADUCTION)

> La musique country des années 30 était loin d'être un phénomène régional du sud-est; il s'agissait d'un véritable événement quotidien dans toute l'Amérique rurale. Qui plus est, il s'agissait d'une ère d'expérimentation et de créativité encore inégalée dans l'histoire de la musique country. Le pays tout entier éprouvait pour cette musique une véritable excitation. La radio avait découvert un marché fidèle, l'agriculteur américain, qui a chaudement accueilli la musique country chez lui et qui l'écoutait avec la régularité d'une horloge, et les groupes les plus emballés étaient sans doute les chanteurs et les musiciens talentueux qui ont découvert soudainement qu'en jouant de la musique (que ce soit en la créant ou en la recréant), ils pouvaient gagner leur vie.[8]

Entre 1930 et la fin de la Seconde Guerre mondiale, un certain nombre de changements sont venus modifier la structure de l'industrie.

L'amélioration des réseaux routiers et les progrès mécaniques de l'automobile ont facilité les déplacements en réduisant la durée et les coûts des voyages. Elle a également permis aux exécutants d'atteindre des auditoires plus vastes et a encouragé les amateurs à parcourir de grandes distances pour voir leurs idoles.

Les progrès technologiques dans le domaine de l'électronique ont provoqué des changements de styles dans la musique. L'amplification de la guitare électrique, de la basse et de la steel guitar a fait passer ces instruments de la section rythmique à un rôle de solo dans la musique. Parallèlement, des améliorations dans les techniques d'enregistrement ont amélioré le son des disques, et la sensibilité accrue des microphones (permettant un style plus doux de chansons) a largement contribué à créer le style connu sous le nom de "crooner", celui des chanteurs de charme.

Un autre événement marquant au cours de la décennie à été la baisse des prix des disques. En 1934, la Decca, compagnie formée en 1933, a baissé le prix des disques de 0,75 $ à 0,35 $, ce qui a stimulé la vente de disques et a forcé d'autres compagnies à l'imiter. L'invention du juke-box a également produit le même effet. On dit aussi qu'il a favorisé l'éclosion de genres de musique plus bruyants étant donné que la musique devait être jouée à un volume suffisamment élevé pour être entendue dans les bars ayant des juke-box.

L'utilisation accrue des disques par la radio a aussi changé sensiblement l'industrie. Les musiciens se sont vu remplacer par des disques et se sont trouvés dans l'obligation d'enregistrer pour être entendus en ondes. De plus, la radio est devenue le plus important outil de promotion de l'industrie du disque.

La création en 1939 de la BMI (Broadcast Music Incorporated) et la guerre ultérieure entre l'ASCAP et la BMI ont également été des événements marquants dans l'essor de l'industrie. L'American Society of Composers, Authors and Publishers (l'ASCAP) avait été créée en 1914 pour protéger les droits d'édition des compositeurs de Broadway. Dans les années 30, l'industrie cinématographique a acheté les principaux catalogues d'édition pour obtenir des chansons destinées à leurs comédies musicales et en détenir les droits d'édition. À la fin de cette décennie, l'ASCAP détenait les droits de la majorité des chansons qui tournaient à la radio. Constamment à l'affût de nouveau matériel musical et, donc dépendante de l'ASCAP, la radio a été la principale rivale de l'industrie cinématographique dans le domaine du divertissement. L'ASCAP, dont le contrat avec les radiodiffuseurs devait expirer à la fin de 1940, a profité de la situation en exigeant une augmentation exorbitante des droits d'auteur. La radio, cependant, a refusé de signer et le 1er janvier 1941, toute la musique de l'ASCAP a été retirée des ondes.

Ayant prévu leurs difficultés avec l'ASCAP, les radiodiffuseurs avaient formé, en 1939, leur propre organisme d'octroi de licences, la BMI, et avaient commencé à constituer un catalogue de musique. Celui de l'ASCAP n'incluait pas de musique "de minorités" parce que l'organisation pensait que cette musique n'était pas artistique et ne valait pas la peine d'être éditée. En manque de matériel, la BMI a commencé à éditer de la musique de jazz, "noire" et hillbilly.

Bien que l'absence des ondes de l'ASCAP n'ait durée que dix mois, la situation a précipité l'entrée de la BMI dans l'industrie de l'édition et a

consacré la musique country comme une entité légitime et une force financière grandissante.

Les années 40 et 50

Dans les années 40, deux événements ont eu une grande influence sur les changements de styles dans la musique nord-américaine : la Seconde Guerre mondiale et le boycottage du disque par l'American Federation of Musicians.

La guerre avait entraîné des pénuries de caoutchouc et de carburant, limitant les déplacements ainsi que les débouchés pour les musiciens. La pénurie de laque a restreint la production de disques et écourté la carrière de nombreux artistes. De plus, comme les musiciens s'enrôlaient, les gros orchestres se sont démantelés, se groupant en petites formations.

Le boycottage du disque a été décrété pour forcer les stations de radio et les compagnies de disques à indemniser les musiciens, lesquels, à la radio, étaient rapidement remplacés par les disques. La grève qui a empêché les musiciens d'endisquer en 1942 et 1943, les a privés des revenus qu'ils tiraient des enregistrements et de ceux de la publicité qu'ils obtenaient en passant en ondes. En conséquence, il se sont groupés en formations plus petites, moins dispendieuses et plus susceptibles d'obtenir des engagements que les gros orchestres. Elle a également lancé un certain nombre de chanteurs comme Bing Crosby, Dinah Shore et Perry Como. À cette époque-là, les chanteurs étaient membres de l'AFTRA, l'American Federation of Television and Radio Artists, et non du syndicat des musiciens et donc, le boycottage ne les empêchaient pas d'endisquer. Bien que les carrières des musiciens aient souffert de la guerre, la musique country, elle, en a profité. L'économie de guerre a entraîné des mouvements de population, qui ont introduit la musique à de nouveaux auditoires et exposé les artistes country à d'autres genres de musique. De plus, la migration de la population vers les villes a urbanisé la musique country, en particulier dans ses paroles et dans ses instruments qu'on amplifiait de plus en plus.

En dépit des difficultés auxquelles l'industrie du disque a fait face pendant la guerre, l'explosion des disques qui a suivi la Dépression, l'augmentation du temps d'antenne accordé aux enregistrements et la popularité croissante du country et du blues ont donné naissance à d'innombrables étiquettes indépendantes dans les années 40 et 50 : Capitol (1942), Apollo et Savoy (1942), King (1943), National, Specialty et

Modern (1945), MGM (1946), Chess, Imperial et Mercury (1947), Jubilee et Atlantic (1948) et Duke and Peacock (1949). Trois de ces compagnies, Capitol, MGM et Mercury, sont devenues des compagnies majeures allant joindre les rangs des trois plus importantes, Columbia (formée en 1889), RCA (formée en 1901) et Decca (formée en 1933).

Le rôle des indépendantes dans l'enregistrement et la promotion d'artistes et de genres musicaux moins connus a fait l'objet d'études exhaustives. Dans les années 40 et 50, elles ont joué un rôle inestimable puisqu'elles ont révolutionné l'industrie en enregistrant du blues, du country, du jazz et par la suite l'hybride blues-country, le rock 'n roll.

Au début des années 40, Chicago et Hollywood étaient les chefs de file incontestés du pays. Ã Chicago, qui dominait dans ce domaine depuis le milieu des années 20, on trouvait de grands studios d'enregistrement, d'importants éditeurs et le "National Barn Dance" de la WLS, aspirant au titre d'émission radiophonique numéro un du pays. Au milieu des années 30 cependant, Hollywood avec ses westerns musicaux, a commencé à émousser le prestige de Chicago. Vers les années 40, elle pouvait s'ennorgueillir de la présence de vedettes, d'étiquettes majeures, de compositeurs, de musiciens et de sa propre émission populaire "Hollywood Barn Dance".

Les années 50

L'influence de Nashville a commencé à se faire sentir au début des années 40, mais ce n'est qu'une décennie plus tard qu'elle s'est manifestée dans toute sa force. Nick Tosches, dans "The Illustrated History of Country Music", soutient que le rôle de Nashville dans l'essor de la musique country a grandement été surfait. Il écrit :

(TRADUCTION)

> Les documents de la (Country Music Association) nous font croire que Nashville a toujours été le centre de la musique country. Ce n'est pas le cas : Nashville a commencé sa véritable ascension au sommet à la fin des années 40 et dans les années 50, pas avant. La renaissance du son sud-est[9] qui a amorcé cette ascension était, comme tous les mouvements musicaux, un engrenage compliqué, une combinaison prodigieuse d'énergie, de préscience, de chance de la part d'une foule d'hommes d'affaires, de partisans enthousiastes et de vedettes du divertissement qui ont travaillé ensemble (souvent sans aucun but commun) pour faire du son sud-est et de Nashville même les forces dominantes de la musique

country. Le son sud-est de cette période est un style qu'on se rappelle avec tendresse aujourd'hui (il semble même montrer des signes d'une nouvelle renaissance), mais à l'époque, l'avènement du rock l'a relégué au second plan.[10]

Les années 60

William Ivey traite du son Nashville et de son évolution dans "The Illustrated History of Country Music". Il explique :

(TRADUCTION)

A la fin des années 60, les effets commençaient à se faire sentir : alors que la musique country avait à l'occasion rejoint un marché populaire, maintenant l'expression "musique multi-public" était inventée pour décrire le succès remporté dans le domaine populaire par un disque country comme "He'll Have to Go" de Jim Reeves en 1960, ou le phénomène concomitant d'un disque populaire se vendant beaucoup dans le marché country comme "Everybody's Somebody's Fool" de Connie Francis (de la même année) un disque populaire n° 1 enregistré à Nashville ... avec des musiciens country et un effet country. Avec le son Nashville.

Le pouls de cette ville jadis moribonde s'est accéléré de façon notable après que le son Nashville eut connu un succès rapide et que la musique country eut été adoptée par le monde extérieur. Le son Nashville est vite devenu le son de la musique country - non exclusivement, bien entendu, mais aux yeux du public - car tout le monde adopte volontiers une recette gagnante surtout à une époque de lourdes pertes. Les disques à la Nashvile ont commencé à se répandre à partir de la "Music City", et le groupe des musiciens de studios est passée à deux, à trois, puis à quatre équipes, car les studios proliféraient comme des lapins et chaque étiquette grosse ou petite voulait sa part du gâteau du son Nashville.

Outre les forces déjà mentionnées, d'autres facteurs indépendants ont contribué au succès du son Nashville. Tous ces facteurs semblent démontrer que, ironiquement, chaque fois que les perspectives d'avenir s'assombrissaient, la musique country connaissait un regain.

Comme nous l'avons vu, le son Nashville a élargi l'auditoire de la musique country en la rendant acceptable pour de nouvelles oreilles . . .

> Quant au son lui-même, plus il devenait poli, plus il comblait le fossé. Le balayage du rock avait laissé un vide dans la musique de détente américaine de la classe moyenne - Elvis a frappé à New York et Los Angeles aussi fort qu'il a frappé Nashville - et c'est sur ce terrain que Nashville s'est aventurée. Certains segments du public voulaient une musique, douce, sobre, facilement écoutable et surtout calmante, et Nashville la leur donnait. Cette musique aux airs attrayants, au rythme traînant, aux bords arrondis et polis, offrait suffisamment d'éléments intéressants pour plaire sans exiger d'efforts des auditeurs. S'il ne s'agissait pas exactement d'une trouvaille artistique - elle a été comparée à l'innovation apportée par les peintures à l'huile originales à 20 dollars des années 70 - il s'agissait certainement d'un élargissement du marché. En termes commerciaux, le son Nashville n'a pas fait de tort à la musique country qui en est issu - les hors-la-loi, les revivalistes du western swing, les chanteurs rockabillies et honky-tonk des années 70 - parce qu'avant même qu'ils se révoltent contre les excès du son Nashville, celui-ci s'était construit une impressionnante machine de distribution qui n'attendait que leur utilisation. Il est intéressant de noter en fait que l'industrie de la musique country s'est tournée vers les hors-la-loi des années 70 pour les mêmes raisons qu'elle s'était tournée vers Chet Atkins et ses méthodes des années 50 : un plus gros marché pour la musique et une plus grande part du magot.[11]

Les années 70 et 80

Bien que le son Nashville ait commencé à établir son attrait multi-public au milieu des années 60, d'autres styles de musique country évoluaient et gagnaient en popularité.

La renaissance de la musique folklorique à la fin des années 50 et au début des années 60 a fait revivre un intérêt pour le blue grass et le folk traditionnel. Lors des années 60 et 70, ses adeptes sont demeurés peu nombreux mais fidèles. Au cours des dernières années, cependant, on a observé un regain d'intérêt pour la musique country traditionnelle et les genres qui y sont apparentés. Décrite comme country moderne ayant des racines traditionnelles, la musique, polie dans la meilleure tradition Nashville, a conservé l'essence de ses racines folkloriques et rurales.

Les compositeurs-interprètes et les chanteurs engagés du début des années 60 ont inspiré la nouvelle école des auteurs-compositeurs de

musique country comme Kris Kristofferson, Mickey Newburry et John Hartford dans les années 70. Considéré comme la réunification du country et du folk, ce genre se caractérise par sa simplicité et une conscience sociale et individuelle. Les productions de ce genre sont, cependant, du pur Nashville.

Une troisième influence importante a été l'essor du folk rock et du country rock étant donné qu'ils ont donné un second souffle à la musique country et encouragé l'émergence du honky tonk. La popularité du honky tonk et du country genre rock a inspiré le film "Un Cowboy dans la ville", qui a implanté une mode et fait monter en flèche les ventes de disques country à la fin des années 70 et au début des années 80.

Aujourd'hui, comme cette mode disparaît graduellement, trois styles country ressortent: le Nashville ou le country genre populaire contemporain qui conserve un fort attrait multi-public, le son country traditionnel, et le honky tonk qui utilise les éléments du rock et est plus accentué.

De simplement rural qu'il était il y a soixante-quinze ans, à l'époque où on l'appelait "old timey music", le country est devenu une musique et une industrie hautement sophistiquées et urbanisées. En un peu plus de vingt ans, le nombre de stations dont la programmation est entièrement consacrée au country en Amérique du Nord est passé de 150 à 2 200 (2 140 aux États-Unis et 75 au Canada). On estime qu'il y en a 900 autres (800 É.-U. et 100 Canada) qui consacrent une partie de leur programmation à la musique country.

Bien qu'il y ait eu une tendance croissante au cours des dix dernières années à présenter une quantité accrue de musique country multi-public, les stations country continuent en général de présenter un large éventail de genres de musique country allant du bluegrass et du gospel au country genre musique légère (Middle of the Road) et au country genre rock. La diversité des traditions que le country englobe et auxquelles il emprunte explique en partie la grande popularité de cette musique. La musique country intéresse un groupe d'âge extrêmement large, les 25 à 49 ans, ce qui est probablement attribuable en grande partie à son orientation et à ses racines rurales : la musique country est une musique du terroir, romantique et qui vient droit du coeur.

L'historique de la musique country au Canada

La musique country de langue anglaise

L'histoire de la musique country au Canada, qu'elle soit de langue anglaise ou de langue française, a connu, de façon générale, une évolution parallèle à celle des États-Unis.

Les premières vedettes country internationales canadiennes ont été Hank Snow (The Singing Ranger) et Wilf Carter (aussi appelé Montana Slim), qui ont commencé à endisquer dans les années 30 chez RCA-Victor. Tous deux natifs de la Nouvelle-Écosse, ils ont émigré vers le sud au début de leur carrière. A l'instar de nombreux artistes country, c'est à Jimmie Rodgers (The Singing Brakeman) que Hank Snow doit d'avoir poursuivi une carrière country. C'est grâce à ses prestations a CHNS Halifax qu'il s'est fait connaître par la RCA.

Intronisé au temple de la renommée de la Vallée de l'Outaouais en 1983, Hank Rivers est un autre artiste de RCA-Victor qui s'est fait connaître internationalement dans les années 30, mais qui n'a cependant pas poursuivi sa carrière internationale. Mart Kenney et les Western Gentlemen, orchestre de swing western ayant une émission radiophonique à la station de Vancouver de Radio-Canada, ont également été populaires au cours de cette décennie.

Les années 50 et 60 ont été marquées par une prolifération d'artistes country canadiens à vocation régionale et nationale. Les années 50 ont produit les Mac Beattie et les Ottawa Melodiers, les Alberta Slim, Ned Landry, Ken Davidson, Hank Smith, Ralph Carlson, Mike Graham et Don Messer et les Islanders. L'étiquette Rodeo-Banff a fait ses débuts à Montréal au cours de cette décennie. Distribuée par London, la compagnie a endisqué des artistes des Maritimes, du Québec et de l'Ontario jusqu'à sa disparition au début des années 70.

Graham Townsend (gagnant du concours de violoneux de l'Amérique du Nord au début des années 60), Tommy Hunter (dont l'émission est devenue une institution nationale) et les Rhythm Pals (l'orchestre d'appoint de Hunter) comptent parmi les artistes qui se sont faits connaître au début des années 60.

Trois artistes country ont percé le marché international au début des années 60 : Orval Prophet (aussi appelé Johnny Six), qui a atteint une

renommée internationale, mais qui a préféré demeurer au Canada, Gary Buck (dont la chanson "Happy to be Unhappy" s'est classée parmi les vingt meilleures chansons du palmarès country en 1963) et Lucille Starr (dont la chanson "French Song" à saveur country s'est classée parmi les vingt meilleures chansons au palmarès de musique de détente en 1964). Ils ont tous les trois eu d'autres grands succès au palmarès.

Au milieu et à la fin des années 60, un certain nombre d'auteurs-compositeurs-interprètes ont retenu l'attention internationale grâce à leurs qualités de compositeur et de parolier ainsi qu'à leur art musical. De toute évidence orientés vers le folklore, ces artistes, dont Ian et Sylvia, Gordon Lightfoot, Leonard Cohen, Joni Mitchell et Neil Young, ont fait connaître le folklore canadien à l'étranger. Ces artistes ont également le mérite d'avoir contribué à réunir le folk et le country. Les deux s'étaient séparés dans les années 50 avec l'essor du son Nashville. Le folk, qui représentait la musique du peuple à l'état pur, devint la voix des activistes politiques. Il s'aliéna alors les musiciens et les auditoires country qui avaient souvent tendance à être plus conservateurs. Son contenu moins politique au Canada a contribué à attirer l'attention sur le musique et la tradition folk.

Le milieu des années 60 et le début des années 70 ont produit un certain nombre d'artistes country canadiens qui sont actuellement à l'avant-plan de l'industrie canadienne du disque.

Dick Damron, l'un des auteurs-compositeurs country canadiens les plus prolifiques, et les Mercey Brothers ont commencé leur carrière au milieu des années 60. Bien que Damron n'ait pas percé le marché américain, il est connu en Europe et, depuis 1975, il fait des tournées annuelles en Grande-Bretagne et en Europe. Six de ses albums sont actuellement distribués en Grande-Bretagne. Les Mercey Brothers, qui ont été à l'avant-plan de l'industrie de la musique country au Canada, tant comme artistes que comme producteurs depuis le début des années 60, ont permis de faire connaître des artistes country canadiens comme Terry Carisse et Marie Bottrel.

Anne Murray, Dallas Harms, Ray Griff et Carroll Baker (probablement l'artiste country canadien qui a le mieux réussi après Anne Murray), sont devenus populaires à la fin des années 60. Dallas Harms, dont la chanson "Paper Rosie" a été un succès international pour Gene Watson au début des années 70, a écrit un certain nombre de chansons qui ont été enregistrées par des artistes américains. Producteur et éditeur, Harms possède également la NAP Records. Ronnie Sommers, Paul

Weaver et Johnny Comfort enregistrent sous cette étiquette. Ray Griff, qui habite Nashville, est un autre auteur-compositeur dont les chansons ont été enregistrées par des artistes américains.

The Family Brown et Stompin' Tom Connors sont deux noms canadiens qui ont fait leur apparition au début des années 70. The Family Brown, qui a eu une émission souscrite nationalement à la télévision pendant plus de dix ans, ont enregistré leur dernier microsillon au studio de Willie Nelson à Austin et ont mis sur le marché un 45 tours auquel Nelson participa. Stompin' Tom Connors, renommé pour ses chansons canadiennes à texte, a créé la Boot Records, actuellement la plus grosse compagnie de disques country indépendante au Canada. Des intérêts communs lient la Boot et la Morning Music Publishing qui agit en qualité de sous-éditeur pour un certain nombre de firmes de Nashville. George Hamilton IV, qui animait à Toronto sa propre émission à la télévision au milieu et à la fin des années 70, est un Américain qui a contribué à promouvoir les artistes country canadiens en les invitant à se produire à son émission ainsi qu'en interprétant et en enregistrant leurs chansons.

L'auteur-compositeur Coleen Peterson, qui a chanté avec le Charlie Daniels Band, et Ronnie Prophet (le neveu d'Orval Prophet), artiste bien connu qui possède un club à Nashville, comptent parmi les artistes qui ont fait leur marque à Nashville.

Au cours des dix dernières années, un nombre croissant d'artistes canadiens ont fait leur entrée sur le marché du disque et se sont fait connaître à la grandeur du pays. On retrouve notamment les Eddie Eastman, Marie Bottrel, Ruth Ann, Terry Carisse ainsi que Terry Sumsion.

La musique country de langue française au Québec

Le Québec, dont l'identité culturelle est fort développée, possède son star system depuis les années 20. Le Québec a toujours supporté ses artistes qui ont souvent été en mesure de poursuivre leur carrière presque exclusivement dans cette province. Bien que l'industrie québécoise du disque connaisse actuellement des difficultés financières, les ventes potentielles de disques dans la province sont encore considérables. Le microsillon de Chantal Pary paru en 1981 "J'suis ton amie", par exemple, s'est vendu à 100 000 copies; le dernier microsillon de Renée Martel s'est vendu à 50 000 exemplaires. Les deux disques renferment de nombreuses versions françaises de grands succès country

américains. Ces ventes sont tout particulièrement impressionnantes si l'on considère que les grands artistes country américains vendent au Canada en moyenne entre 20 000 et 50 000 copies par microsillon.

C'est en 1920, à New York, que Conrad Gauthier aurait endisqué le premier disque folklorique canadien de langue française enregistré par Columbia Records. L'année suivante, il débuta l'animation d'une série de variété et de folklore présentée à Montréal sous le nom de "Soirées du bon vieux temps", et en 1924, il a commencé à se produire à une émission régulière de musique folklorique à la station CHLP de Montréal.

La Bolduc, dont la carrière sur disque a démarré en 1927 avec la Compo Company de Montréal, a été la première grande vedette du Québec. La clé de son succès réside dans le fait que sa musique savait réfléter l'essence même du Québéc. Son talent a servi de baromètre et de guide à de nombreux autres artistes québécois.

En 1931, CHLP et CKAC diffusaient l'émission de musique folklorique, "Veillées canadiennes". Parmi les artistes les mieux connus des années 30, on pouvait retrouver Ovila Légaré, Albert La Madelène, Eugène Daigneault, Charles Marchand, Roland "Le soldat" Lebrun, Isidore Soucy et Tommy Duchêne et ses Chevaliers. Dans les années 40, on constate une tendance croissante à enregistrer dans le style "western", genre popularisé au cinéma par les westerns musicaux et qui a duré jusqu'aux années 70. Au nombre des artistes western de cette décennie, on pouvait compter Marcel Martel, Paul Brunelle et Willie Lamothe, dont la chanson "Allo, allo petit Michel" sur RCA-Victor s'est vendu à 80 000 copies. Les années 50 ont introduit les chanteurs western comme Lévis Bouliane et Ti-Blanc Richard, et les années 60, Roger Miron et Marie King. Dans les années 70, les artistes québécois comme Claude Patry, Julie et Les Frères Duguay ainsi qu'André Hébert, tirant leur inspiration de Nashville, ont commencé à endisquer dans un style country. Babin et Compagnie, Chantal Pary, Renée Martel, Denis Champoux et Jerry et Jo-Anne sont les artistes country des années 80. Denis Champoux et Jerry et Jo-Anne ont remporté des prix de l'ADISQ pour le meilleur microsillon country en 1981 et 1983 respectivement.

Sur les plans culturel et artistique, les années 50 et 60 ont probablement été les années les plus marquantes. Les "chansonniers" qui ont fait leur apparition au cours de ces années, ont été très importants pour deux grandes raisons. Premièrement, comme les auteurs-

compositeurs-interprètes canadiens et américains de la même période, ils ont réveillé la conscience sociale de l'époque. Deuxièmement, comme La Bolduc, ils reflétaient l'essence même du Québéc. Félix Leclerc, figure de proue, est considéré comme celui qui a donné une dimension littéraire à la chanson populaire française. Gilles Vigneault et Robert Charlebois ont également joué un rôle capital dans l'essor de la musique québécoise.

La fin des années 60 et 70 a connu une multitude de groupes comme Cano, Beau Dommage et Harmonium qui tiraient leur inspiration du folklore et du rock. Cependant, la musique québécoise, dans laquelle s'infiltraient de plus en plus des éléments rock, s'est peu à peu détournée de son héritage folklorique. Même si aujourd'hui, elle conserve une identité véritablement québécoise, ses racines folkloriques ne sont plus guère évidentes.

Le western continue d'être populaire, mais le marché country, spécialement les versions françaises de grands succès country américains, est particulièrement fort. Au Québec, le marché de la musique country de langue française est entrêmement lucratif pour le bon produit.

L'industrie du disque country au Canada

Le musicien au Canada

Au Canada, près de 33 000 musiciens sont membres de l'American Federation of Musicians. Le nombre de musiciens qui sont payés pour jouer, mais qui n'appartiennent pas à la fédération s'élève probablement à 10 000. On estime que 1 000 groupes ou 6 000 musiciens font de la musique country au Canada et que près de 400 de ces groupes enregistrent au moins un 45 tours par année. Environ 30 artistes country canadiens enregistrent trois 45 tours et un microsillon par année. Environ 20 de ces artistes vendent entre 2 000 et 10 000 copies par microsillon et 10 en vendent entre 5 000 et 15 000 copies. Un très petit nombre d'artistes comme Carroll Baker et The Family Brown en ont vendu jusqu'à 40 000. The Rovers ont vendu 125 000 copies du microsillon "Wasn't That a Party". De plus, le microsillon d'Anne Murray, "Heart Over Mind", s'est vendu à 65 000 exemplaires au Canada et à 500 000 copies aux États-Unis.

Bien qu'une poignée d'artistes comme Ronnie Prophet, Tommy Hunter et The Family Brown aient eu des séries télévisées, les boîtes de nuit constituent la principale source de revenus pour la majorité des artistes country canadiens. Un nombre croissant d'artistes jouent en concert ou font des tournées. Toutefois, la plupart n'attirent pas suffisamment de gens pour se produire en spectacle. Bien que les spectacles country canadiens d'artistes majeurs rapportent entre 2 500 $ et 6 000 $ par concert, les mêmes spectacles ne rapporteront généralement pas plus de 4 000 $ par semaine dans une boîte de nuit. Un cachet hebdomadaire moyen dans une boîte de nuit varie entre 1 800 $ et 3 000 $. Toutefois, des semaines de trois jours peuvent rapporter aussi peu que 600 $ pour un groupe ou 150 $ bruts à un musicien. Les instrumentistes d'appoint gagnent rarement plus de 400 $ la semaine et reçoivent hebdomadairement en moyenne de 250 $ à 300 $ bruts. Les dépenses peuvent comprendre les honoraires d'agent ou de gérant, les cotisations syndicales, l'équipement, le transport, le logement, les repas et les vêtements.

Comme la plupart des orchestres ne travaillent pas toutes les semaines, les musiciens country font rarement plus de 12 000 $ par année ou en moyenne entre 6 000 $ et 10 000 $ annuellement.

D'après un sondage mené par Statistique Canada en 1983 auprès de 4 300 musiciens, 16 % de ceux qui ont été interviewés touchent plus de 20 000 $ par année de leur musique et 25 % ont gagné moins de 1 000 $. Le revenu moyen brut était de 3 500 $ et le revenu net de 1 800 $. Le sondage a également révélé que 57 % avaient d'autres emplois et que 30 % gagnaient moins de 10 000 $ de toutes les sources. Comme un critique le disait si bien, la musique doit sûrement être quelque chose qu'on fait par amour.

Le Canada compte environ une douzaine de circuits régionaux qui fournissent aux musiciens country plus ou moins de travail permanent. Les circuits les mieux connus sont les Maritimes, la Vallée de l'Outaouais, le sud de l'Ontario, le nord de l'Ontario, la Saskatchewan et l'Alberta et la Colombie-Britannique. Jusqu'au milieu des années 70, la musique country canadienne était très régionalisée et peu nombreux étaient les artistes country canadiens qui sortaient de leur circuit régional. Au milieu des années 70 cependant, un nombre croissant d'artistes ont commencé à endisquer et à voyager pour faire la promotion de leurs disques et se faire connaître dans tout le pays.

Un nombre croissant d'artistes ont acquis une réputation nationale au cours des dix dernières années, mais les ventes de disques demeurent relativement faibles et dans de nombreux cas, les coûts d'enregistrements ne sont pas récupérés. Pour plusieurs artistes canadiens, les disques servent à promouvoir l'artiste et à obtenir des engagements dans les boîtes de nuit. Les boîtes continuent de demeurer la principale source de revenu pour la majorité des artistes country canadiens.

On estime que 90 % des disques country canadiens sont diffusés sous de petites étiquettes indépendantes. Les budgets limités et le manque généralisé d'expertise dans l'industrie sont des pierres d'achoppement parce qu'ils influencent la qualité, la distribution et la promotion du produit.

Dans les pires cas, on enregistre un 45 tours et entre 500 et 1 000 copies peuvent être produites pour 1 000 $ à 2 000 $. Nombre de ces 45 tours à budget plus restreint sont distribués uniquement dans leur région d'origine et reçoivent une couverture limitée. Les artistes disposant de plus gros budgets et d'une meilleure compréhension de l'industrie, distribuent généralement leur produit et en font la promotion à l'échelle nationale. Cette pratique, cependant, ne garantit pas la diffusion en ondes, car celle-ci est en grande partie fonction de la popularité de l'artiste ainsi que de la qualité et de l'intérêt de l'enregistrement.

Les plus grands artistes country au Canada semblent avoir très peu de difficultés à passer en ondes au pays. Ils enregistrent généralement un microsillon par année et dépensent entre 20 000 $ et 45 000 $ par microsillon. La plupart des microsillons sont enregistrés dans les meilleurs studios canadiens ou de Nashville et nombreux sont ceux qui sont distribués à la grandeur du pays par une compagnie majeure. La RCA, présentement le principal distributeur de produits country canadiens, investit également dans un certain nombre d'artistes country canadiens.

Bien que l'industrie de la musique country au Canada ait beaucoup évolué au cours des quinze dernières années, un grand nombre de membres de l'industrie affirment que l'industrie country en est au même stade d'évolution que l'industrie rock canadienne était il y a dix ans.

La taille du marché, les budgets limités, les problèmes de distribution, de promotion et de vente au détail, et ce qui semble être un appui insuffisant des artistes canadiens de la part de certains radiodiffuseurs, sont autant de facteurs qui contribuent au problème de l'industrie de la musique country.

Par ailleurs, le marché country offre beaucoup de possibilités. L'augmentation du nombre de stations de musique country confirme la popularité de ce genre de musique. On ne comptait que quatre stations entièrement country au Canada au début des années 70, mais d'après l'Academy of Country Music Entertainment, on dénombre aujourd'hui près de 75 stations entièrement country et 100 partiellement country.[12] De plus, selon les données BBM de 1983, quatre millions de Canadiens écoutent une moyenne de dix heures de radio country par semaine.

D'importantes ventes de disques ont également été réalisées. Au Canada, les disques country comptent pour environ 7 % du marché du disque, tandis que le rock en accapare 75 %. Les disques country ont des ventes possibles de 50 000 copies au Canada et le rock, un million de copies. Bien que les disques country canadiens les plus populaires ne vendent qu'entre 5 000 et 15 000 copies, les ventes possibles sont sans aucun doute beaucoup plus grandes. Les chiffres ci-après donnent un ordre de grandeur des ventes de disques au Canada :

- Les grands artistes rock étrangers vendent en moyenne entre 300 000 et 1 000 000 de microsillons.

- Les artistes rock étrangers vendent en moyenne entre 75 000 et 125 000 microsillons.

- Les artistes rock canadiens vendent en moyenne entre 30 000 et 75 000 microsillons.

- Les grands artistes country étrangers vendent en moyenne entre 30 000 et 50 000 microsillons.

- Les artistes country étrangers vendent en moyenne entre 10 000 et 30 000 microsillons.

- Les grands artistes country canadiens vendent en moyenne entre 5 000 et 15 000 microsillons.

- Au Québec, les versions françaises de succès américains de musique country ont vendus jusqu'à 100 000 microsillons.

Les studios

Les principaux studios canadiens sont compétitifs sur le marché international. Contrairement à Nashville, cependant, le Canada ne dispose d'aucun studio important qui enregistre exclusivement de la musique country.

De même, bien qu'il y ait d'excellents musiciens de studio, il n'y a pas suffisamment de sessions d'enregistrement de musique country pour leur permettre de travailler à plein temps dans le domaine country. Les musiciens de studio doivent donc exécuter divers genres de musique allant du rock aux refrains publicitaires. En raison de la multiplicité des genres musicaux, le produit de nos studios peut parfois être moins cohérent que celui que font généralement les grands musiciens de Nashville qui ne vivent et ne respirent que de cette musique. Il faut noter cependant qu'Anne Murray a produit des disques de calibre international dans des studios canadiens avec des musiciens canadiens.

Plusieurs artistes canadiens enregistrent actuellement à Nashville pour profiter du son et de l'expertise de Nashville, pour établir des contacts dans l'industrie américaine ainsi que dans l'espoir de percer aux États-Unis.

Bien que le coût de l'enregistrement semble être à peu près le même dans les deux pays, il en coûte généralement moins en temps et en

argent pour endisquer à Nashville en raison de l'efficacité globale de l'industrie.

Les coûts d'enregistrement ont graduellement augmenté. Bien qu'une session d'enregistrement à Nashville coûtait 10 000 $ il y a quinze ans, il en coute maintenant entre 50 000 $ et 100 000 $. Les meilleurs artistes américains dépensent plus pour l'enregistrement que leurs homologues canadiens.

La vente au détail et la distribution

D'après Statistique Canada, le nombre de microsillons contenant au moins une pièce satisfaisant les critères de contenu canadien dans la catégorie "country et folk" a chuté de 150 en 1977 à 44 en 1983 et le nombre de 45 tours canadiens à chuté de 131 en 1977 à 82 en 1983. (Voir tableau 1 et graphiques 1 et 2)

Une étude du Conseil a revélé qu'en 1984, les stations de radio ont reçu en général entre 200 et 500 45 tours à contenu canadien, 20 à 40 microsillons à contenu canadien et 150 à 200 microsillons country américains. D'après Statistique Canada, un total de 288 microsillons "country et folk" ont été vendus au Canada en 1983. Le répertoire des microsillons country canadiens comprend donc près de 15 % des microsillons country qui sont diffusés sur le marché canadien. (Voir graphique 2)

Aux États-Unis, on estime que la musique country représente 10 % ou 400 millions de dollars des 4,3 milliards du marché du disque. Au Canada, d'après Statistique Canada, le country compte pour environ 7 % du marché ou 15 millions de dollars. Il faudrait noter que le marché du disque country se compose presque exclusivement de microsillons. Les 45 tours sont principalement un véhicule de promotion du microsillon et de l'artiste.

Les artistes country canadiens vendent rarement plus de 10 000 copies d'un microsillon, mais il faut noter que certains artistes country américains bien connus n'en vendent parfois qu'entre 5 000 et 15 000 copies.

Un certain nombre de raisons expliquent les faibles ventes de musique country :

a) le marché canadien est trop petit pour soutenir constamment les artistes;

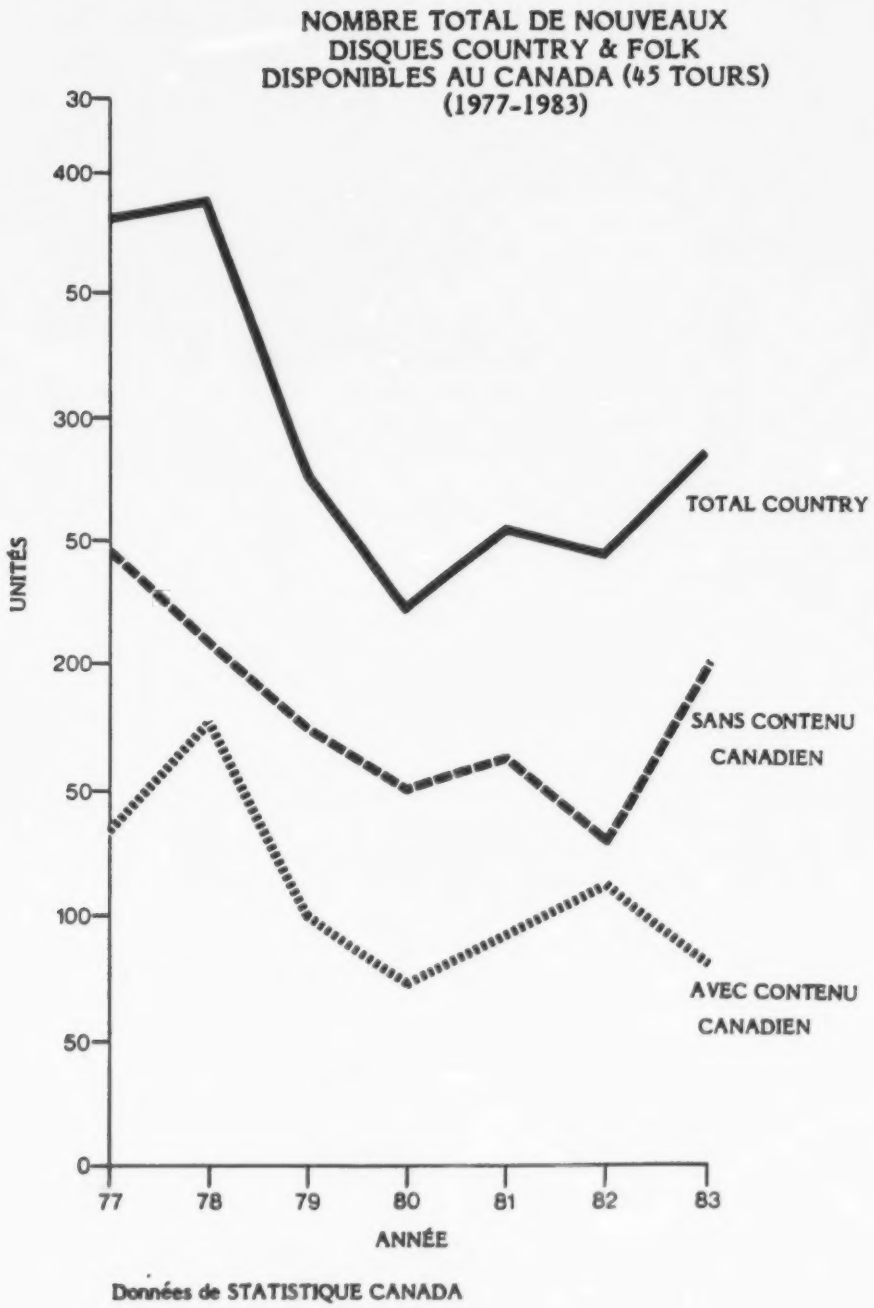
Tableau 1

Nombre total de nouveaux disques country & folk* disponibles au Canada par formule et contenu canadien (1977-1983)

	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
45 tours							
Avec contenu canadien	131	173	99	72	93	115	82
Sans contenu canadien	248	211	174	149	162	128	198
Total des 45 tours country & folk	379	384	273	221	255	243	280
Total des 45 tours (toutes catégories)	2 310	2 513	1 719	1 628	1 870	1 969	1 939
Microsillons							
Avec contenu canadien	150	66	81	57	67	45	44
Sans contenu canadien	230	177	169	193	177	153	184
Total des microsillons country & folk	380	243	250	250	244	198	228
Total des microsillons (toutes catégories)	3 149	3 332	2 496	2 595	2 866	2 833	2 874

* Statistique Canada place tous les disques country dans la catégorie "country & folk".
Note: Ces données ont été obtenues de Statistique Canada.

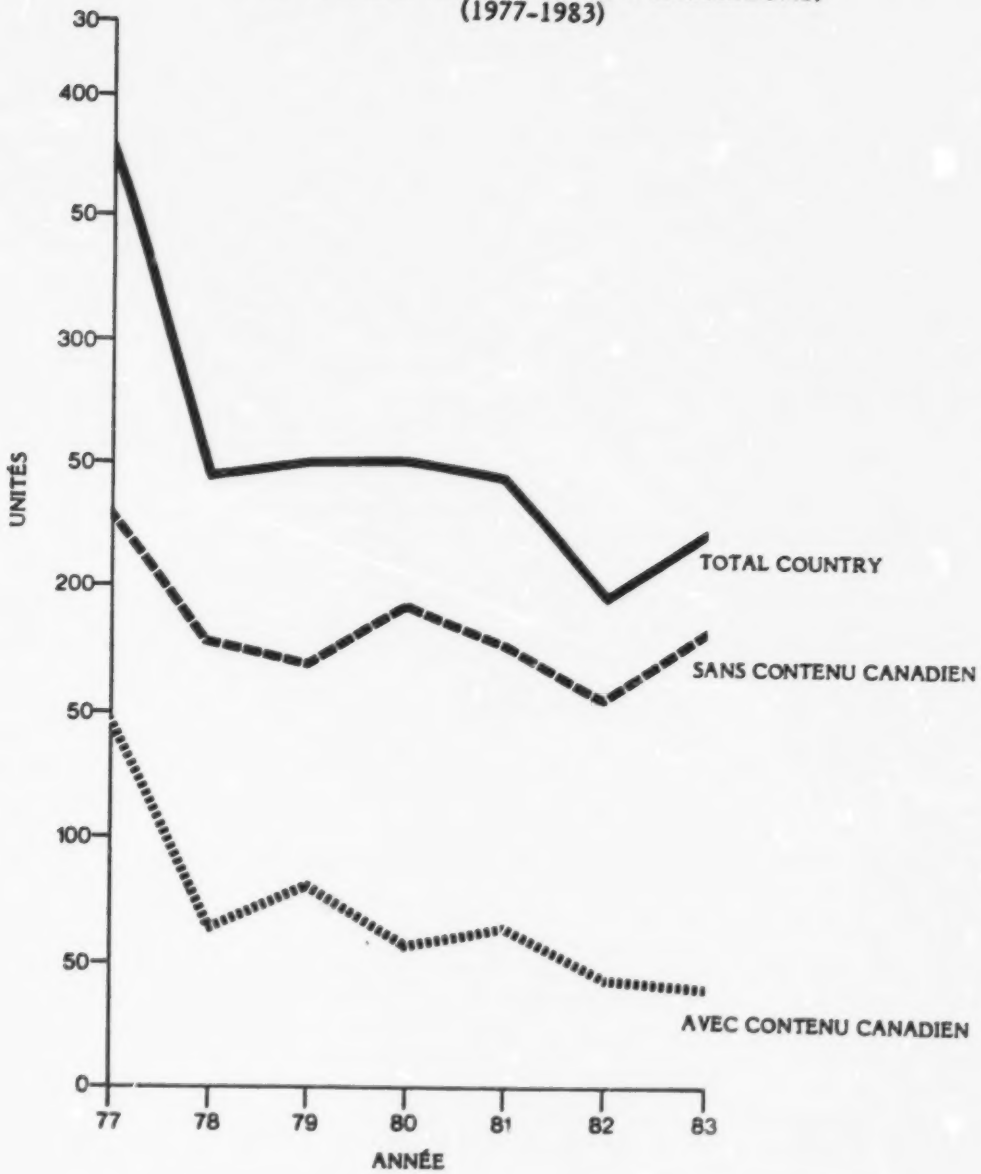
Graphique n°1



Données de STATISTIQUE CANADA

Graphique n°2

NOMBRE TOTAL DE NOUVEAUX DISQUES COUNTRY & FOLK DISPONIBLES AU CANADA (MICROSILLONS) (1977-1983)



Données de STATISTIQUE CANADA

b) la promotion et la distribution du produit canadien sont insatisfaisantes;
c) il y a une pénurie de produit country chez le détaillant; et
d) les amateurs de musique country ont tendance à enregistrer les pièces sur magnétophone plutôt qu'à acheter les disques.

On connait bien la taille du marché canadien. Il se caractérise par une faible concentration de la population. Comparés aux États-Unis, les coûts de promotion, de distribution et de tournée sont relativement élevés. On dit qu'il est plus facile d'être musicien à Philadelphie qu'au Canada.

Le rock et le pop ont toujours fait l'objet d'une plus grande promotion et d'une meilleure distribution que le country en raison du plus fort volume de ventes, ce qui signifie financièrement un plus grand nombre de ventes unitaires par dollar de promotion. Les enregistrements country canadiens ont aussi à souffrir de budgets promotionnels limités.

La distribution, au niveau des commerçants offrant des disques en plus de leurs produits réguliers, réduit le nombre de disques effectivement offerts au public car cette distribution se limite presque exclusivement à un choix restreint de disques qui se vendent beaucoup.

De même, les détaillants tiennent surtout les enregistrements rock et populaires parce que ces stocks ont tendance à se renouveler plus rapidement. On donne moins d'espace sur les tablettes aux disques country et on limite le nombre de titres pour faire de la place aux disques les plus populaires. L'amateur de musique country est dissuadé, involontairement cependant, d'acheter des disques country pour trois grandes raisons : premièrement, le peu d'exposition donné à la musique country chez le détaillant qui a une vocation rock; deuxièmement, l'espace moindre sur les tablettes donné aux disques country; et troisièmement, le choix de titres country offerts chez le détaillant.

Il est difficile de vérifier si les amateurs de musique country, en règle générale, enregistrent des chansons diffusées en ondes plutôt que d'acheter des disques. Les difficultés à obtenir des disques chez le détaillant, cependant, peuvent encourager les amateurs de cette musique à enregistrer leurs artistes préférés lorsqu'ils sont diffusés en ondes.

La vente de disques par la poste et aux boîtes de nuit où ils se produisent demeurent des points de vente importants même pour les grands artistes country canadiens.

La promotion

Les artistes country canadiens dépensent actuellement entre 20 000 $ et 45 000 $ pour produire un microsillon et entre 5 000 $ et 10 000 pour la promotion. Bien qu'un petit nombre de disques aient atteint la marque des 40 000, la plupart vendent entre 5 000 et 15 000 copies.

Les artistes américains obtiennent généralement un rendement de beaucoup supérieur sur leur investissement et leur dollar de promotion. Aux É.-U., les grands artistes country américains dépensent en général entre 50 000 $ et 100 000 $ par microsillon et entre 20 000 $ et 100 000 $ pour la promotion. En revanche, ils en vendent entre 100 000 et 250 000 copies. Au Canada, les artistes américains dépensent entre 10 000 $ et 20 000 $ pour la promotion et vendent en général entre 20 000 et 50 000 copies. Des sommes encore plus considérables sont parfois investies. Par exemple, on rapporte que 250 000 $ ont été dépensés pour former, enregistrer et promouvoir The Judds, qui ont vendu 700 000 copies de leur premier microsillon "Why Not Me". Anne Murray, dont le microsillon "Heart Over Mind" a coûté 300 000 $ à produire et 200 000 $ en promotion, en a écoulé plus de 500 000 copies aux É.-U. et 65 000 au Canada.

Bien que de nombreux artistes country américains distribués au Canada vendent plus de copies que les artistes canadiens, certains en ont vendu relativement peu. Reba McEntire, qui a été choisie meilleure chanteuse par la CMA en 1984, par exemple, n'a vendu au Canada que 8 000 copies pour son disque "My Kind of Country" datant de 1984. Aux États-Unis, elle en a vendu 100 000 copies. Il est important de signaler que les artistes country américains distribués au Canada représentent ce qui se fait de mieux dans la musique country américaine. De plus, de nombreux artistes country américains ne sont pas distribués au Canada.

En dépit des différences financières qui existent entre les marchés canadien et américain et les industries du disque country dans les deux pays, on s'accorde généralement pour affirmer qu'il existe un marché de vente au détail viable au Canada. Pour réussir et vivre de la musique, cependant, les artistes doivent faire l'objet d'une promotion et être distribués, et le marché doit être exploité et toutes les sources de revenus être redirigées vers l'artiste.

L'édition

Un certain nombre de radiodiffuseurs estiment que l'industrie de la musique country au Canada est en grande partie une industrie de droits d'auteurs et que la réglementation du contenu canadien a contribué à l'essor d'une "industrie artisanale de l'édition" au Canada.[13]

Au pays, les revenus tirés de l'édition servent à payer les coûts de l'enregistrement étant donné que les ventes des microsillons canadiens sont relativement faibles. La vente de 10 000 copies d'un microsillon justifie à peine les 40 000 $ qu'il en coûte pour l'enregistrement et la production, les 5 000 $ pour en faire la promotion, et les autres coûts possibles.

Pour investir dans les disques de musique country canadiens, il faut pratiquement en posséder les droits d'édition. Comparativement à l'industrie du disque, l'industrie de l'édition a très peu de frais généraux. La propriété des droits d'édition sur une chanson endisquée est donc une source de revenu à faible risque.

Au Canada, en général, les 10 meilleures chansons du palmarès country génèrent entre 2 500 $ et 5 000 $ en droits de diffusion tant pour l'auteur-compositeur que pour l'éditeur.[14] De plus, les droits mécaniques sur les ventes sont perçus au tarif de 0,02 $ la chanson, soit le tarif réputé le plus bas en Occident. Les droits mécaniques aux États-Unis sont de 4,5 ¢ la chanson. Au tarif de 0,02 ¢ la chanson, la vente de 10 000 copies signifierait un rendement de 200 $ la chanson, montant que l'éditeur et le ou les auteur(s)-compositeur(s) doivent se partager. Si les 10 chansons du microsillon sont composées par le même auteur-compositeur, celui-ci peut tirer 1 000 $ de la vente de 10 000 copies et 9 000 $ en droits de diffusion, si trois pièces du microsillon sont largement diffusées. De plus, comme 4,5 ¢ US représentent 0,06 $ canadiens, les droits mécaniques aux États-Unis sont 300 % plus élevés pour la vente du même nombre de disques. Les droits mécaniques que rapporte aux États-Unis la vente de 5 000 disques équivaudraient au Canada aux droits retirés de 15 000 disques.

Le montant total que les stations versent (3 % du revenu annuel d'une station) aux agences de droits d'auteurs, la CAPAC et la PROCAN, peut sembler considérable, mais l'auteur-compositeur reçoit une compensation relativement faible. Comme l'industrie du disque country au Canada, l'industrie de l'édition country se compose en grande partie de compagnies indépendants, dont bon nombre ont leur propre étiquette et sont

leur propre éditeur. On estime que 50 % des recettes d'édition country demeurent au Canada.

La Morning Music Ltd. est l'un des plus importants éditeurs country canadiens. Profitant largement du succès de Stompin' Tom Connor, la compagnie représente actuellement un certain nombre d'éditeurs américains. Boot Records affirme qu'elle ne pourrait pas survivre exclusivement des droits d'édition canadiens.

Les trois principaux éditeurs internationaux de musique country actifs au Canada sont la Sunbury-Dunbar Music Inc. de RCA, l'April-Blackwood Music Inc. de CBS et la Chappell & Co. Ltd.

Les compagnies de disques encouragent généralement les artistes à enregistrer des chansons faisant partie des listes de leur compagnies d'édition. Au Canada, les droits d'édition contribuent grandement à couvrir les dépenses de distribution et de promotion. Si les ventes de disques couvrent les dépenses d'enregistrement, les éditeurs réalisent des profits substantiels.

Porter le tarif des droits mécaniques au niveau de celui des Américains (4,5 ¢ la chanson) procurerait des fonds additionnels aux éditeurs et aux auteurs-compositeurs.

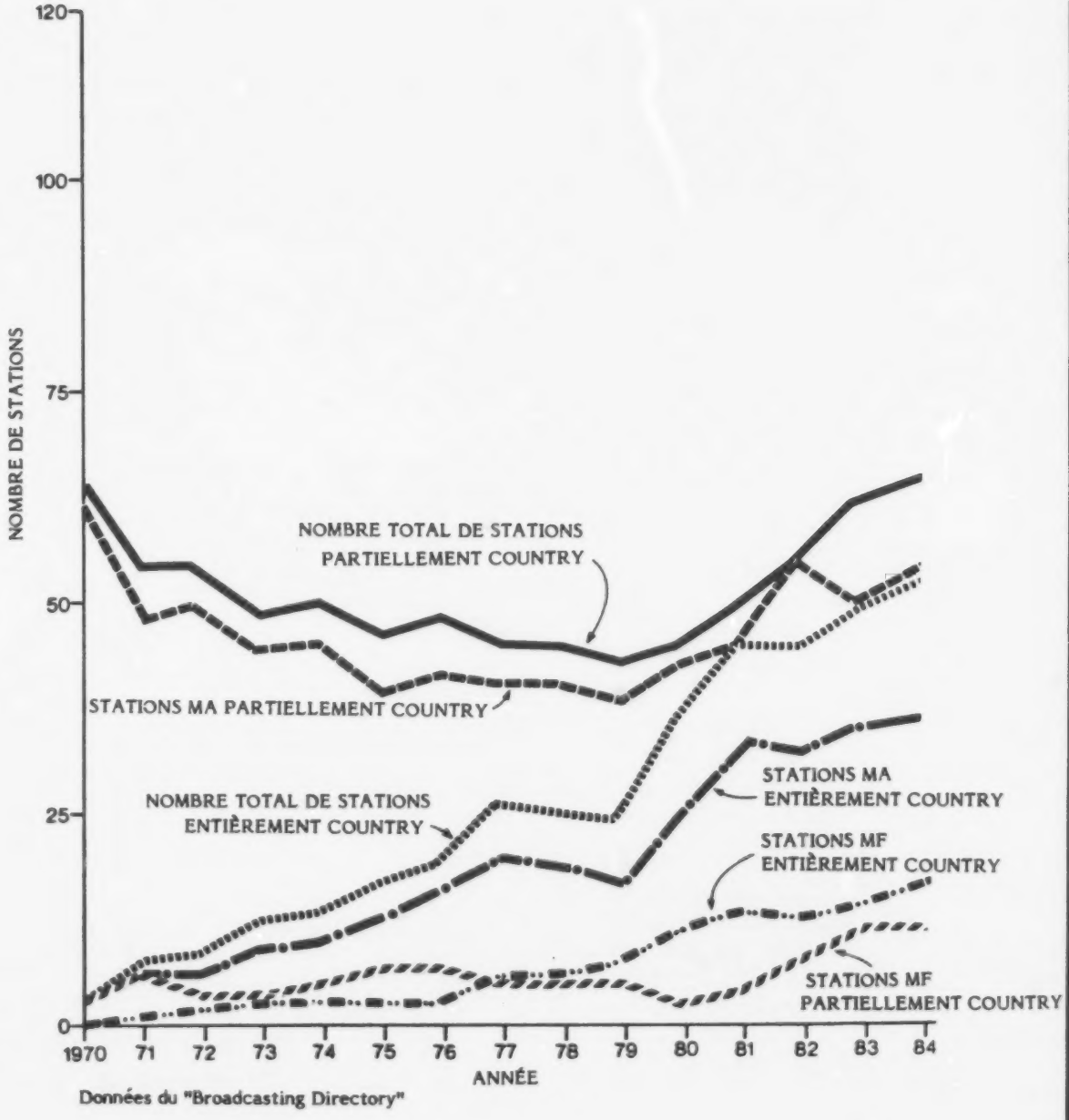
Abaisser le niveau de contenu canadien nuirait à l'industrie de l'édition country au Canada ainsi qu'à celle de la musique country canadienne qui compte sur les revenus d'édition pour faire ses frais.

La radiodiffusion

Au milieu des années 60, le Canada ne comptait que trois ou quatre stations entièrement country. A cette époque, les stations canadiennes avaient tendance à diffuser leur programmation par blocs horaires et même si nombre d'entre elles diffusaient des émissions de musique country, peu nombreuses étaient celles qui le faisaient pendant 18 ou 24 heures par jour. En 1975, année de la mise en oeuvre de la politique M.F., on comptait, selon le "Broadcasting Directory", 17 stations entièrement country et 46 stations partiellement country. Ce répertoire en dénombre actuellement 52 et 64 respectivement.[15] (Voir graphiques 3 et 4) Dans les 12 plus grandes villes, on dénombre 14 stations entièrement country (six stations M.F. et huit M.A.).

Graphique n°3

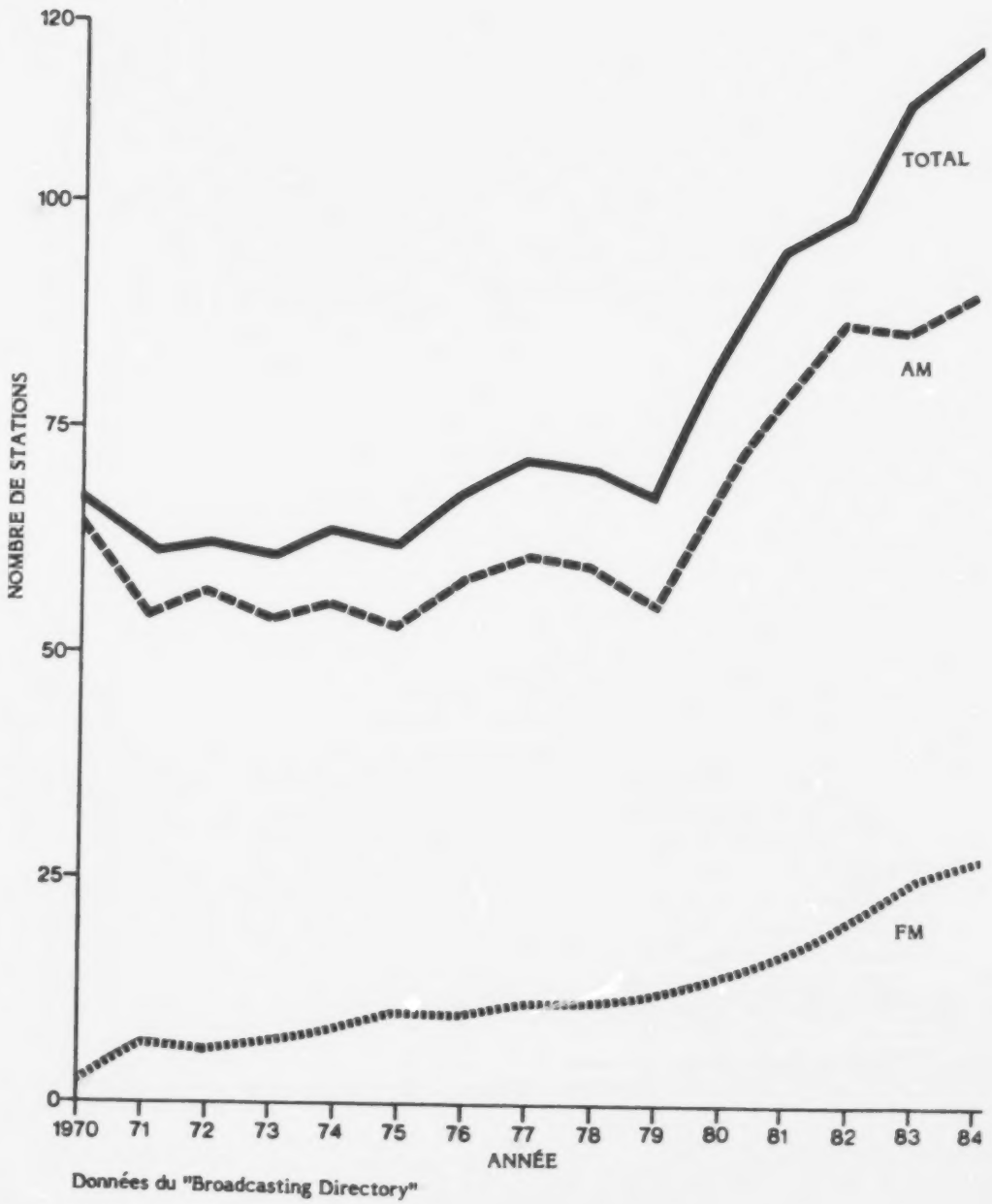
STATIONS DE MUSIQUE COUNTRY
(1970-1984)



Données du "Broadcasting Directory"

Graphique n°4

STATIONS DE MUSIQUE COUNTRY
(1970-1984)



Données du "Broadcasting Directory"

Bien que la plupart des stations diffusent un éventail de musique country y compris de la musique multi-public, certaines stations font jouer plus de pièces contemporaines que d'autres. De plus, certaines préfèrent la formule country Top 40. On s'entend généralement pour dire que les stations M.A. ont généralement tendance à être plus traditionnelles et les stations M.F. à être plus contemporaines. Toutefois, la taille du marché et le nombre de stations que compte ce marché déterminent également la formule d'une station.

Au Canada, par exemple, CKWY-AM Vancouver et CFGM-AM Toronto sont des stations country genre contemporain Top 40; CISN-FM Edmonton et CFQM-FM Moncton ont tendance à être des stations country contemporaines; CKBY-FM Ottawa et CFAC-AM Calgary semblent diversifiées bien qu'elles se considèrent comme des stations country contemporaines; et celles qu'on retrouve dans les Maritimes et la Colombie-Britannique ont tendance à être traditionnelles.

Un certain nombre de radiodiffuseurs country canadiens situés à proximité de la frontière américaine ont dit craindre l'impact des stations country américaines sur leurs auditoires et leurs revenus. Ils soutiennent que les stations américaines exposent les Canadiens à ce qui se fait de mieux dans la musique country et sont donc avantagées sur le plan de la concurrence.

Ken Johnson de WYRK-FM Buffalo, qui compte un important auditoire canadien, affirme que les Canadiens syntonisent sa station à cause de sa formule genre Nashville et grands succès. Il soutient que les auditeurs canadiens se sont plaints de la quantité de contenu canadien aux stations canadiennes.

Le sud de l'Ontario est probablement la région la plus compétitive du Canada. Trois stations américaines peuvent actuellement être captées dans la région de Niagara: WYRK-FM et WWOL-AM à Buffalo et WXRL-FM Niagara Falls. Alors qu'en 1984 WWOL et WXRL avaient peu d'influence dans la région, WYRK avait une part de 3 % des heures d'écoute de la région. En termes d'auditoire, 8 % de la région syntonisaient la station. CJQR-FM[16] St. Catherines semblait être la station canadienne la plus touchée par WYRK. A l'époque, CJQR et WYRK accaparaient toutes deux 2 % des heures d'écoute à St. Catherines.

Bien que la plainte puisse être fondée, les stations canadiennes ont pour la plupart conservé ou accru leur part du marché au cours des dix

dernières années. Depuis 1976, 1" des 15 plus grandes stations country ont connu une augmentation de leurs heures d'écoute ou les ont maintenu. (Voir tableaux 2 et 3 et graphiques 5 et 6)

A la fin des années 50, Nashville a commencé à polir des éléments country de cette musique afin d'élargir son marché et de combler le fossé laissé dans le marché musique légère lorsque l'industrie du disque a jeté son dévolu sur le rock'n roll. A la fin des années 70, la musique country a été revitalisée par l'intégration d'éléments de rock léger, comme un rythme plus accentué et des parties de guitare de genre rock. Sous l'influence du film "Un Cowboy dans la ville", le country a gagné un auditoire urbain nouveau et plus jeune. Les industries du disque et de la radiodiffusion ont tenté de conserver cet auditoire en même temps que leur auditoire plus vieux et traditionnel.

La formule country contemporaine, qui penche vers des pièces country multi-public et plait aux 25-49 ans, comblerait le fossé laissé par la formule Adulte contemporaine. Cette formule Adulte contemporaine, qui est populaire en ce moment, présente une quantité considérable de nouvelle musique de synthétiseur et de danse. Elle se caractérise actuellement par une forte inclination pour la musique "noire".

L'apparition de Lionel Ritchie et de Bruce Springsteen sur les palmarès country américains est sans aucun doute un signe d'incursion dans le territoire Adulte contemporain, et peut légitimer la prétention du country au titre de formule "musique légère des années 80".

Par ailleurs, nombre de stations country continuent d'avoir une base country traditionnelle marquée, renforcée par l'actuelle revitalisation du country traditionnel. Certains en ont déduit que la formule country, comme la formule rock du début des années 70, pourrait se diviser en deux formules : le country genre musique légère contemporaine et le country traditionnel. Au Canada, cette division n'est pas encore nette.

La télévision et la musique country

Un certain nombre de séries télévisées de musique country canadienne ont été produites au Canada au cours des seize dernières années, dont The Tommy Hunter Show, The Ronnie Prophet Show, The Ian Tyson Show, Party With the Rovers, Ray St. Germaine, Nashville North et Family Brown Country. Actuellement, le Tommy Hunter Show, qui est produit par la SRC et distribué à son réseau national ainsi qu'au

Tableau 2

Quinze plus grandes stations country
Heures d'écoute intégrales (milliers)

	1976	1978	1980	1982	1984
CFGM-AM Toronto	2 098	2 786	3 665	5 031	3 419
CFAC-AM Calgary	3 257	2 891	3 386	3 295	2 954
CKWX-AM Vancouver	2 576	3 031	3 010	2 776	2 804
CFCW-AM Camrose	2 111	2 717	2 937	2 624	2 716
CKBY-FM Ottawa	1 781	1 643	2 386	2 081	2 431
CKRC-AM Winnipeg	1 634	868	1 949	2 061	1 935
CJBX-FM London	-	-	1 123	1 393	1 572
CKRM-AM Regina	1 509	1 382	1 417	1 687	1 474
CFQM-FM Moncton	-	-	1 382	1 541	1 408
CKGL-FM Kitchener	1 121	1 097	1 107	1 142	1 202
CISN-AM Edmonton	-	-	-	1 700	1 201
CJWW-AM Saskatoon	412	410	799	821	1 050
CHFX-FM Halifax	955	893	1 154	1 049	940
CHOW-AM Welland	499	613	786	640	568
CHQR-FM St. Catharines	-	-	445	467	513

Source: Données BBM radio 1976 - 1984
Cotées en ordre descendant d'heures d'écoute intégrales en 1984
CHQR-FM est devenue une station Groupe II (Microsillons Rock) au printemps 1986.

Tableau 3

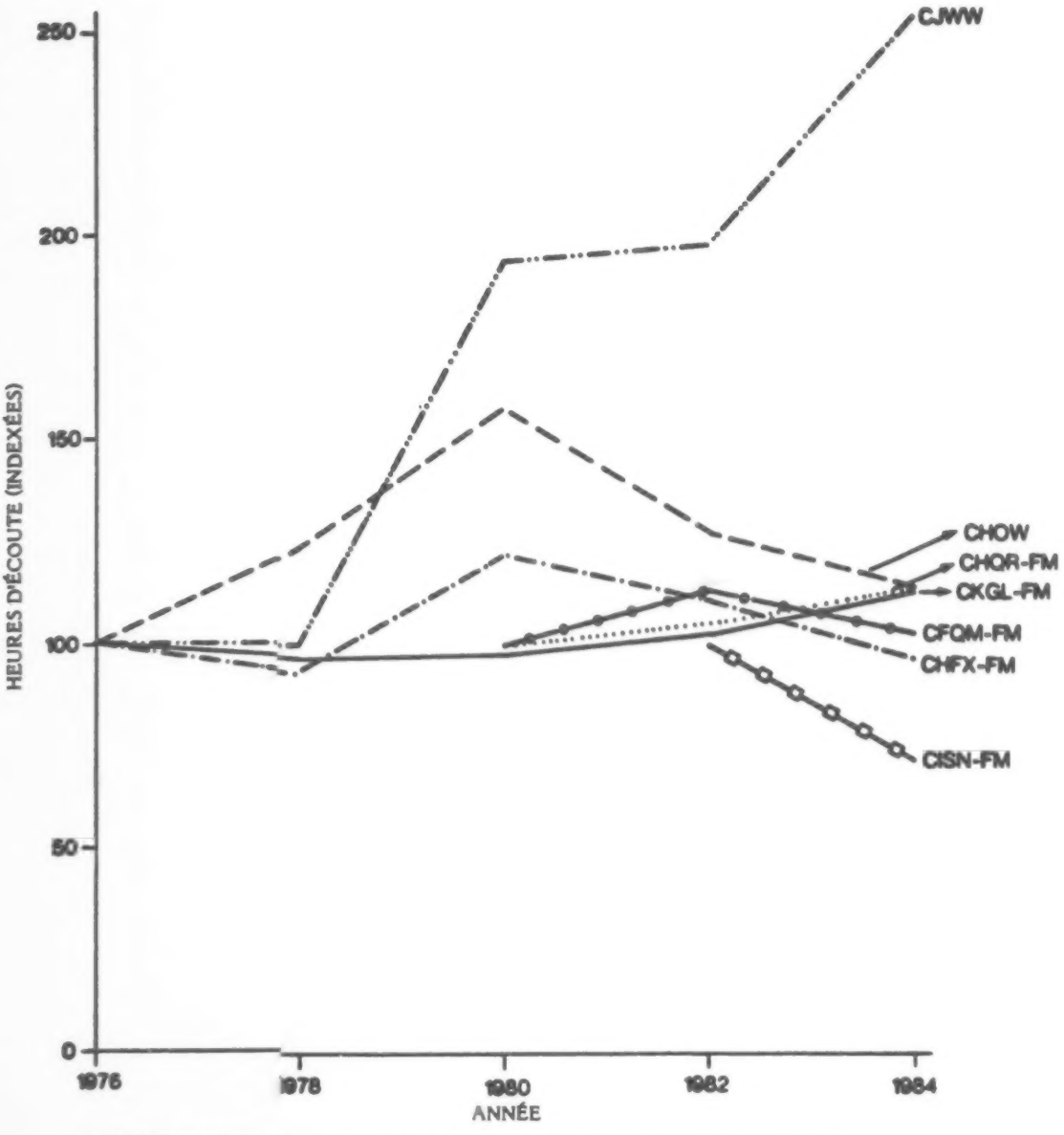
Quinze plus grandes stations country
Part des cotes d'écoutes des zones de marché centrales

	1976	1978	1980	1982	1984
CFGM-AM Toronto	3	3	3	5	4
CFAC-AM Calgary	25	18	24	19	16
CKWX-AM Vancouver	11	12	10	10	9
CFCW-AM Camrose*	8	8	8	7	8
CKBY-FM Ottawa	7	6	8	8	9
CKRC-AM Winnipeg	11	6	11	13	12
CJBX-FM London	-	-	13	13	9
CKRM-AM Regina	13	16	15	22	18
CFQM-FM Moncton	-	-	22	30	27
CKGL-FM Kitchener	9	5	8	11	8
CISN-AM Edmonton	-	-	-	11	7
CJWW-AM Saskatoon	15	16	24	20	27
CHFX-FM Halifax	8	8	10	13	13
CHOW-AM Welland**	9	10	12	11	9
CHQR-FM St. Catharines***	-	-	3	3	2

Source: Données BBM radio 1976 - 1984
Cotées en ordre descendant d'heures d'écoute intégrales en 1984
* Part de la RMR d'Edmonton
** Part de la RMR St. Catharines/Niagara
*** CHQR-FM est devenue une station Groupe II (Microsillons Rock) au printemps 1986.

Graphique n°5

STATIONS DE MUSIQUE COUNTRY CANADIENNE
HEURES D'ÉCOUTE INTÉGRALES
1976-1984

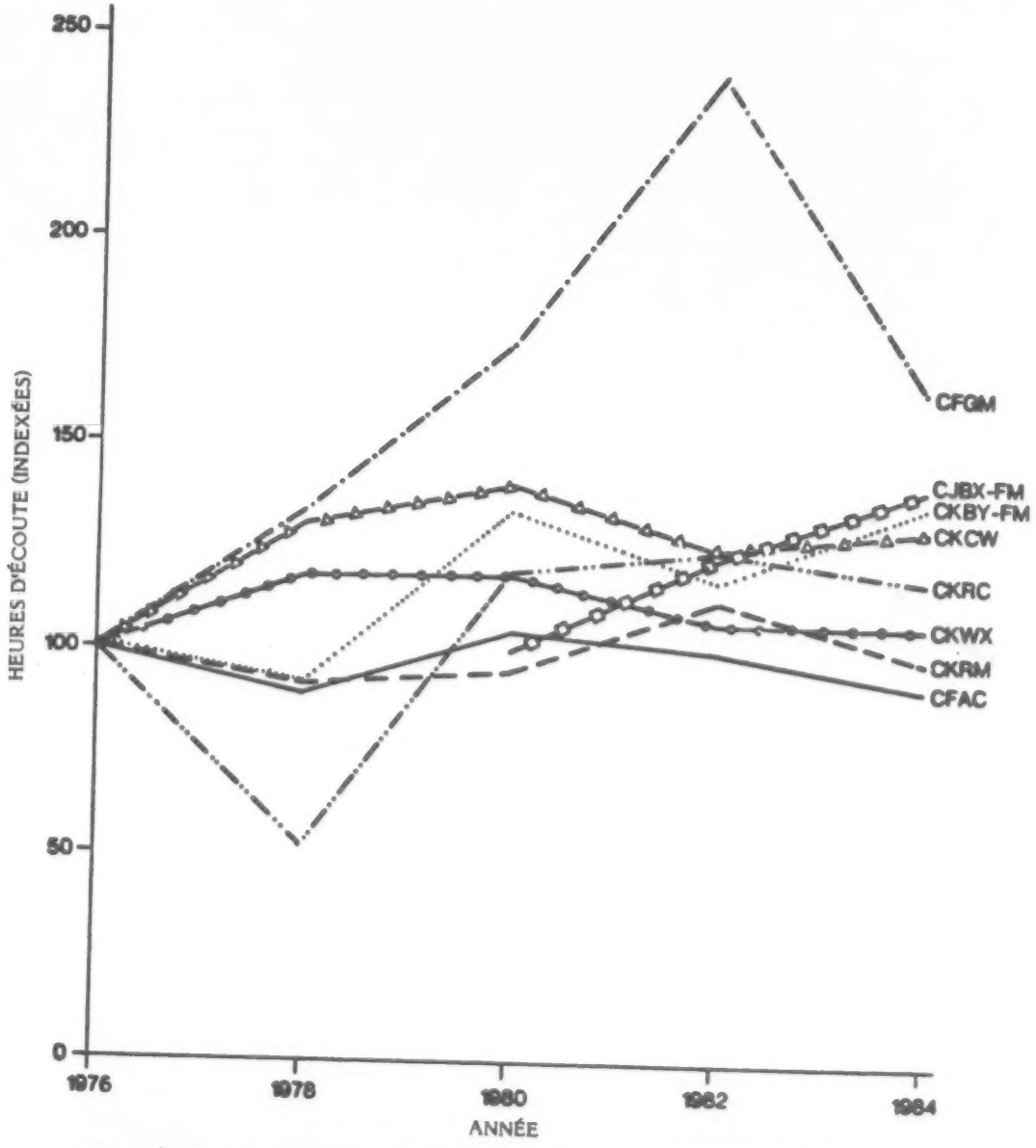


* D'APRÈS LE NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE INTÉGRALES A L'AUTOMNE 1984

SOURCE: DONNÉES BBM RADIO, 1976-1984

Graphique n°6

STATIONS DE MUSIQUE COUNTRY CANADIENNE
HEURES D'ÉCOUTE INTÉGRALES
1976-1984



* D'APRÈS LE NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE INTÉGRALES A L'AUTOMNE 1984

SOURCE: DONNÉES BBM RADIO, 1976-1984

Nashville Network (TNN), est la seule émission télédiffusée à la grandeur du pays où les artistes canadiens peuvent se produire. En même temps, on affirme aussi qu'il n'y a qu'une poignée d'artistes canadiens qui ont le calibre pour faire partie de l'émission.

D'aucuns affirment que la disponiblité du TNN au Canada a pour effet de décourager les stations indépendantes de produire des émissions country, puisqu'il est difficile pour ces stations de concurrencer le budget de programmation du réseau. En effet, il est plus facile et moins coûteux pour celles-ci de respecter leurs exigences en matière de contenu canadien en produisant des jeux-questionnaires. On a proposé d'obliger le TNN à diffuser un pourcentage de contenu canadien pour aider à promouvoir les artistes country canadiens.

D'autres croient que le TNN a un auditoire potentiel limité et qu'il ne devrait pas avoir comme effet de décourager la production d'émissions de télévision country canadiennes. Cetains affirment que la qualité et la compétitivité du produit devraient être les seuls critères d'accès aux ondes et que par conséquent les artistes canadiens de qualité auront accès à ce médium.

Une fois de plus, le financement est le principal obstacle qui empêche les productions canadiennes de qualité d'être totalement compétitives.

Les émissions de musique country au Québec

On ne compte actuellement qu'une seule station entièrement country au Québec : CFIN-FM Coaticook. Une autre station, CKVL-AM Montréal diffuse de la musique country entre 19 h et 22 h 30 la semaine et entre 11 h et 23 h les fins de semaine.

CKVL éprouve peu de difficultés à respecter les exigences en matière de contenu canadien ou de langue française, mais CFIN-FM, qui estime qu'elle diffuse 45 % de contenu canadien, soutient qu'elle a de la difficulté à satisfaire le contingentement de musique de langue française.

Les deux stations reçoivent mensuellement environ un microsillon en français et entre dix et vingt 45 tours en langue anglaise. Certains disques de langue française proviennent de la France.

Au Québec, on reconnaît généralement l'existence d'environ dix grands artistes country d'expression française; dix autres produisent des disques de qualité acceptable, et vingt autres réalisent un produit d'intérêt marginal.

Bien que dans le passé le western ait été très populaire, la popularité du country a crû depuis le milieu des années 70. Actuellement, les disques qui se vendent le plus au Québec sont des versions françaises de succès américains.

Le marché du disque country au Québec peut être lucratif, comme le démontre les chiffres de ventes de Chantal Pary (100 000 copies) et de Renée Martel (50 000 copies). Nombreux sont ceux qui croient qu'une meilleure gestion ainsi qu'une promotion et une distribution accrues permettraient à un plus grand nombre d'artistes country québécois de produire de meilleurs disques et de poursuivre de brillantes carrières dans cette province.

Le contenu canadien

Bien que le nombre de microsillons country de contenu canadien distribués au Canada soit relativement faible, le nombre de 45 tours disponibles est beaucoup plus important. Plusieurs radiodiffuseurs font valoir que, bien qu'il y ait suffisamment de produits canadiens, la qualité laisse souvent à désirer et une grande partie du matériel est d'intérêt régional. Le manque de produit canadien de qualité ayant un intérêt national a donné lieu, selon eux, à une programmation de qualité inférieure : les radiodiffuseurs doivent diffuser une quantité plus grande de succès canadiens, rejouer souvent de nouvelles pièces canadiennes pendant une longue période et faire tourner des pièces qui, selon eux, ne méritaient pas de passer en ondes. Cette pratique a pour effet de faire décrocher les auditeurs et de "brûler" les pièces.

Les radiodiffuseurs estiment en général que la qualité du country canadien distribué au Canada est concurrentiel sur le plan qualitatif face à la plupart des disques country américains. Ils estiment généralement aussi que le produit des supervedettes américaines est habituellement excellent, mais que la qualité des artistes américains moins connus est moins constante. Selon eux, il y a aussi des pénuries occasionnelles de produit américain de qualité acceptable.

On compte très peu de disques country canadiens ayant adopté la formule musique légère (Middle of the Road) des Kenny Rogers, Barbara Mandrell et Lee Greenwood. Les stations canadiennes qui mettent de l'avant une formule country musique légère contemporaine peuvent donc avoir plus de difficultés à remplir les exigences en matière de contenu canadien. Cependant, toutes les stations canadiennes font actuellement jouer du country traditionnel. Les problèmes auxquels

les stations country contemporaines sont confrontées ne devraient donc pas être plus graves que ceux d'autres stations country.

Certains radiodiffuseurs font valoir que la réglementation en matière de contenu canadien encourage les artistes à produire du matériel de qualité inférieure. Ils soutiennent que les artistes croient souvent que leurs disques sont satisfaisants parce qu'ils passent en ondes. On dit également que nombre d'artistes ne produisent pas de disques de meilleure qualité parce qu'ils supposent que les radiodiffuseurs doivent diffuser leurs disques en raison de la réglementation.

Les radiodiffuseurs croient dans l'ensemble que la musique devrait fonctionner selon le mérite et être compétitive sur le plan international. Ils soutiennent en outre que les disques canadiens de qualité continueront d'être joués même si les exigences en matière de contenu canadien sont réduites. Des exigences réduites leur permettraient de laisser tomber les produits de qualité inférieure.[17]

Certains membres de l'industrie du disque proposent également la réduction ou l'élimination des exigences en matière de contenu canadien parce qu'ils estiment qu'elles stigmatisent le country canadien au pays ainsi qu'à l'étranger. Ils font valoir que les studios, les éditeurs, les auteurs-compositeurs et les nouveaux artistes canadiens ont probablement profité le plus de la réglementation. La majorité cependant désire voir les exigences rester.

En dépit du fait que des artistes comme Stompin' Tom Connors et Box Car Willie (qui a vendu 30 millions de microsillons) aient vendu les disques en majeure partie sans l'apport de la radio, la diffusion demeure un outil de promotion précieux puisqu'elle génère presque toujours des ventes de disques. Elle permet aux artistes de consacrer davantage à l'enregistrement et à la promotion et elle leur donne plus de poids pour négocier leurs contrats de spectacles et de disques.

On affirme généralement que les radiodiffuseurs de musique country soutiennent les artistes canadiens. Un certain nombre de problèmes ont été relevés cependant, ce qui indique que certaines stations sont moins collaboratrices[18] que d'autres. Quatre stations ont été qualifiées de carrément non collaboratrices[19].

Beaucoup ont déploré la concentration du contenu canadien dans les heures de faible écoute. De plus, on s'est également dit quelque peu préoccupé par le fait que les stations font jouer des succès plutôt que

des disques nouveaux. De plus, certaines stations ont été accusées de dévaloriser le contenu canadien en ondes et de faire jouer un produit de qualité inférieure plutôt qu'un produit nouveau ou de qualité supérieure.

Certaines stations refusent même, a-t-on dit, d'inscrire les pièces canadiennes au palmarès tandis que d'autres ont des palmarès distincts, l'un pour les produits américains et l'autre pour les produits canadiens.

Le fait qu'un certain nombre de stations aient refusé de diffuser la chanson gagnante d'un Grammy "A Little Good News" d'Anne Murray parce que, ne satisfaisant qu'à un des quatre critères, elle ne pouvait être considérée comme canadienne, semble un incident révélateur de certaines attitudes des radiodiffuseurs à l'égard du contenu canadien. Il est possible que les stations aient refusé de faire tourner la chanson en raison du temps d'antenne considérable accordé à Anne Murray au cours des dix dernières années. Par ailleurs, les artistes canadiens enregistrent de plus en plus de chansons américaines à Nashville et ne respectent qu'un critère de contenu canadien. Ces artistes semblent éprouver des difficultés à obtenir des stations de radio qu'elles fassent jouer des chansons ne respectant qu'un seul critère.

Si les radiodiffuseurs peuvent avoir raison de refuser de faire tourner certaines pièces canadiennes, des pièces canadiennes apparemment compétitives ont de la difficulté à obtenir du temps d'antenne. Comme un critique l'a précisé : " le problème de la musique country canadienne est qu'elle est canadienne ".

Autres préoccupations

L'industrie du disque country au Canada se développe, mais en même temps, les contraintes économiques lui causent de plus en plus de difficultés. La concurrence que livrent les États-Unis, tant en termes de produit de supervedettes que de domination des compagnies de disques multinationales, atrophie l'industrie du disque country au Canada.

Les petits pays dont les industries du disque sont peu développées, n'ont généralement pas d'exigences en matière de contenu national. Toutefois, la plupart de ces pays ont des entreprises de radiodiffusion d'État qu'ils contrôlent et qui encouragent l'accès des artistes nationaux.

Les exigences en matière de contenu canadien ont été instituées pour donner aux artistes canadiens l'accès à leurs propres ondes. Le Conseil ne désire pas encourager la médiocrité sur les ondes, mais il a généralement soutenu que les artistes canadiens devraient avoir droit à l'accès à leurs propres ondes.

Malgré les nombreuses difficultés, l'industrie de la musique country au Canada a évolué au cours des dix dernières années. Un nombre croissant d'artistes se sont taillés une réputation nationale et un deuxième niveau d'artistes a été établi. Les gérants de l'industrie canadienne ont acquis plus d'expérience et sont maintenant mieux armés pour gérer la carrière des artistes.

Le Canada possède le talent et les infrastructures. Toutefois, le financement limité et les problèmes de vente au détail freinent sérieusement l'industrie dans l'ensemble.

On peut dire que les artistes canadiens ont atteint un plateau au Canada. L'émergence d'un star system plus fort pour la musique country au Canada aiderait à mettre en valeur les artistes canadiens. Bien que l'ACME ait décerné des prix pour la musique country au cours des cinq dernières années, la remise des prix n'avait pas reçu une couverture télévisée nationale jusqu'à cette année. La télédiffusion au niveau national de la remise des prix fera sans aucun doute connaître la musique country canadienne à la grandeur du pays et contribuera à lui donner de la crédibilité.

Des fonds additionnels pour l'enregistrement, la promotion et la distribution peuvent aider l'industrie. Ceux qui ont été interviewés ont proposé trois sources principales de financement : les compagnies de disques multinationales, une version country de la FACTOR et le gouvernement fédéral.

La première proposition prendrait probablement la forme de l'imposition d'une taxe qui serait vraisemblablement répartie de la même façon que les subventions du Conseil du Canada. La deuxième proposition est déjà une réalité puisque les artistes country peuvent demander et ont obtenus des prêts de la FACTOR. Si d'autres stations country deviennent membres de la FACTOR, d'autres fonds seront proportionnellement affectés à des artistes country. De plus, un certain nombre de radiodiffuseurs de musique country, sould les auspices de l'A.C.R., ont proposé de mettre sur pied un équivalent de la FACTOR pour la musique country. Les discussions se poursuivent à ce sujet.

La troisième proposition fut initiée par le Ministère fédéral des Communications en mai 1986. Le Ministère a alloué 25 millions de dollars à l'industrie canadienne du disque sur une période de cinq années (cinq millions de dollars annuellement) fonds qui doit être géré, en partie, par la FACTOR. Le montant qui sera alloué exclusivement au secteur de la musique country, cependant, n'a pas été déterminé.

La réglementation en matière de contenu canadien

Au cours de l'étude, de nombreux changements ont été suggérés concernant à la réglementation des exigences en matière de contenu canadien. Ces propositions sont présentées plus bas.

1. Les exigences en matière de contenu canadien devraient être augmentées pour stimuler davantage l'industrie du disque.

   Cette suggestion a été faite avec l'idée que les artistes canadiens devraient, compte tenu des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, avoir l'accès majoritaire à leurs propres ondes. L'absence de disques canadiens de qualité pourrait créer des problèmes pour les radiodiffuseurs. De plus, la diffusion de disques de piètre qualité peut ne pas servir l'intérêt public et ne pas profiter aux artistes.

2. Les exigences en matière de contenu canadien devraient demeurer les mêmes.

   Si hausser les exigences en matière de contenu canadien pourrait causer des problèmes plus graves aux radiodiffuseurs, les abaisser minerait probablement les progrès réalisés par les compositeurs, les auteurs, les éditeurs et l'industrie du disque au cours des dix dernières années.

3. Les exigences en matière de contenu canadien devraient être abaissées ou les exigences en matière de contenu canadien M.F. être augmentées.

   Des niveaux entre 15 % et 25 % ont été proposés. Le fait d'abaisser les niveaux permettrait aux radiodiffuseurs de diffuser moins de ce qu'ils considèrent comme des disques de qualité douteuse. Le matériel canadien de qualité acceptable continuerait fort certainement de passer en ondes. Afin de minimiser les effets négatifs sur l'industrie du disque, il a été proposé d'abaisser les exigences au cours d'une période de deux ans - peut-être à 25 % la première année et à 20 % la seconde.

   Les radiodiffuseurs country canadiens s'estiment désavantagés parce qu'ils sont tenus de diffuser 30 % d'émissions de contenu canadien tandis que les stations M.F. rock ont des exigences plus

faibles et l'approvisionnement en disques est plus grand. Ils font valoir que les exigences applicables aux formules rock et country devraient être compétitives et abaissées. Par ailleurs, les membres de l'industrie du disque ont critiqué les exigences différentes pour les stations M.A. et M.F., les qualifiant de non uniformes. On a proposé que le M.F., avec sa plus haute fidélité, soit assujetti à des exigences en matière de contenu canadien égales ou supérieures.

Abaisser les exigences réduirait les droits d'édition qui sont actuellement réinjectés dans l'industrie du disque. Les artistes canadiens recevraient moins d'exposition. De plus, les radiodiffuseurs disent qu'il y a pénurie occasionnelle de produit américain. Le produit américain de qualité médiocre remplacerait-il le produit canadien ?

4. Rendre admissible comme canadienne les pièces satisfaisant à un critère de contenu canadien.

La possibilité d'établir un système de crédits. Une autre possibilité consiste à donner double crédit aux pièces satisfaisant à un critère de contenu canadien.

a) Un système de points devrait être établi de manière à ce qu'un producteur canadien puisse contribuer à rendre admissible une pièce comme canadienne.

b) Un système de points devrait être établi pour encourager les radiodiffuseurs à diffuser de nouvelles pièces canadiennes au lieu de succès.

c) Deux pièces satisfaisant à un critère de contenu canadien devraient être admissibles comme une pièce.

d) Des pièces satisfaisant à un critère de contenu canadien devraient pouvoir constituer 15 % (la moitié) des exigences.

e) La pièce devrait être considérée comme canadienne si l'artiste est canadien.

On a proposé entre autres d'accorder plus de crédit aux artistes parce que ceux-ci investissent dans les disques. Par ailleurs, on estimait que cela encouragerait les artistes à endisquer à Nashville. De plus,

comme les règlements visaient à stimuler verticalement l'industrie, donner plus de poids à l'artiste pourrait déséquilibrer le système MAPL.

5. Les exigences en matière de contenu canadien devraient être abandonnées.

Elles pourraient être abandonnées :

a) pour une période d'essai, pour voir comment l'industrie est affectée;

b) graduellement pour minimiser les répercussions sur l'industrie du disque; ou

c) complètement.

Il semblerait que cette solution de rechange excède la portée de cette enquête et devrait être étudiée dans un cadre plus vaste comme celui d'un examen de la réglementation en matière de contenu canadien elle-même.

Abandonner les exigences en matière de contenu canadien pour une période d'essai créerait probablement une situation chaotique. Des tendances dans l'orientation de la programmation ne pourront s'établir que si des politiques uniformes en matière de radio sont mises en oeuvre.

L'élimination des exigences en matière de contenu canadien nuirait à l'industrie du disque plus que l'assouplissement des exigences.

Résumé de l'étude

Les difficultés actuelles de l'industrie canadienne de la musique country sont semblables à celles que l'industrie canadienne de la musique populaire et rock a connu par le passé et qu'elle connaît aujourd'hui à un degré moindre.

La taille du marché, les budgets limités, les problèmes de distribution, de promotion et de vente au détail, et selon certains, un appui insuffisant des artistes canadiens de la part de certains radiodiffuseurs, sont autant de facteurs qui contribuent aux problèmes de l'industrie de la musique country.

Voici les principaux problèmes examinés dans le rapport.

1. Le Canada est un pays vaste et peu densément peuplé. Comparés aux États-Unis en particulier, les coûts de promotion, de distribution et de tournée sont élevés par rapport aux recettes.

2. Les disques rock et populaires ont toujours fait l'objet d'une plus grande promotion et d'une meilleure distribution que les disques country en raison du plus fort volume de ventes, ce qui signifie un plus grand nombre de ventes unitaires au dollar de promotion.

3. La distribution chez les commerçants offrant des disques en plus de leurs produits réguliers, réduit le nombre de disques offerts au public parce qu'elle se limite presque exclusivement à un choix restreint de disques qui se vendent beaucoup.

4. Les détaillants offrent surtout des disques rock et populaires parce que ces stocks ont tendance à se renouveler rapidement. On donne de moins bons espaces sur les tablettes aux disques country et on limite le nombre de titres pour faire de la place aux disques plus populaires.

5. L'amateur de musique country est dissuadé d'acheter des disques country en raison des difficultés qui existent à tous les niveaux de l'industrie.

6. Les budgets restreints pour la production, la promotion et la distribution des disques country canadiens entravent et découragent les ventes de disques. Les faibles ventes de disques limitent à leur tour les budgets de production des disques, etc.

7. Les radiodiffuseurs estiment en général que la qualité des disques country canadiens distribués au niveau national sont concurrentiels face à la plupart des disques country américains.

8. Bien qu'il semble y avoir une quantité suffisante de produits canadiens, les radiodiffuseurs soutiennent qu'un fort pourcentage est d'intérêt régional et que la qualité est souvent médiocre. Le manque de produits canadiens de qualité ayant un attrait national entraînerait, dit-on, une programmation inférieure.

9. Le Canada a le talent. Malgré les nombreuses difficultés, l'industrie de la musique country au Canada a évolué au cours des dix dernières années. Un nombre croissant d'artistes se sont taillés une réputation nationale et un deuxième niveau d'artistes a été établi. Les gérants canadiens ont acquis plus d'expérience et sont maintenant mieux armés pour s'occuper de la carrière des artistes. Toutefois, il reste encore beaucoup à faire dans ce domaine.

10. L'industrie du disque country au Canada est en train de se tailler une réputation nationale. Un star system est en train de s'établir et il se produit ici des disques de calibre international. Cependant les contraintes économiques causent de plus en plus de difficultés à l'industrie. La concurrence que livrent les États-Unis, tant en termes de produit de supervedettes que de domination des compagnies de disques multinationales, atrophie l'industrie canadienne du disque country.

11. Des fonds additionnels alloués par le Ministère fédéral des Communications pour l'enregistrement, la promotion et la distribution aideront certainement l'industrie. D'autres sources de financement, telles les compagnies de disques multinationales et une version country de la FACTOR devraient être examinées.

Notes

1. Le terme contemporain renvoie au son country musique légère (Middle of the Road) moderne et multi-public de genre populaire et non au matériel actuellement ou nouvellement mis en marché.

2. Les Broadside ballads, ainsi appelées parce qu'elles étaient imprimées sur de larges feuilles de papier aussi appelées in-planos, racontaient souvent des événements historiques et ser-vaient de journaux dans les régions où l'analphabétisme était courant.

3. Avant l'expansion du disque et de la radio, la musique populaire était distribuée et popularisée par de la musique en feuilles et sa popularité mesurée en terme de ventes de musique en feuilles.

4. Bien que, depuis le début des années 1970, le son Nashville soit associé au son de la musique country, certaines différences régionales persistent. L'influence française peut se sentir dans la musique folklorique canadienne, surtout dans les Maritimes, au Québec en Ontario; la musique de la Louisiane a des éléments français, espagnols et afro-américains; des accents afro-américains sont entendus dans les États du sud-est et du centre; et la musique espagnole et afro-américaine est présente dans les États du centre-sud.

5. "The Illustrated History of Country Music", p. 57.

6. Ibid, p. 59.

7. En 1929, la Victor Records a été achetée par la RCA (Radio Corporation of America) et la Brunswick Records a été achetée par la Warner Brothers Film Company. En 1935, la Columbia Record a été achetée par l'ARC (American Record Corporation) laquelle, en 1938, a été vendue à CBS (Columbia Broadcasting Systems).

8. Ibid, p. 73.

9. Le son sud-est représente les premières tentatives de Nashville pour polir la musique country traditionnelle.

10. Ibid, p. 216.

11. Ibid, p. 254.

12. Voir chapitre sur la radiodiffusion (page 27).

13. Pour ces radiodiffuseurs, l'interprète est peut-être celui qui contribue le plus à une chanson, étant donné que l'investissement est rémunéré en fonction des ventes de disques. La mise en ondes cependant, avec ou sans vente de disques, rapporte au compositeur et au parolier. La réglementation du contenu canadien du Conseil vise à aider également les compositeurs, les paroliers et les interprètes.

14. En comparaison, une pièce multi-public figurant parmi les 10 meilleures pièces au palmarès Adulte contemporain peut rapporter entre 15 000 $ et 20 000 $ en droits de diffusion.

15. D'après une étude du Conseil, 108 stations consacrent 15 % ou plus de leur semaine de radiodiffusion à la musique country. Une autre étude, menée par l'Academy of Country Music Entertainment, révèle qu'il existe environ 75 stations entièrement country et que 100 stations diffusent une certaine quantité de musique country au Canada. Les graphiques n^{os} 3 et 4 montrent l'augmentation du nombre de stations country au Canada depuis 1970.

16. CJQR-FM est devenue une station Groupe II (Microsillons de Rock) au printemps 1986.

17. Bien que certains artistes enregistrent un produit de qualité inférieure, il est peu probable qu'ils le fassent intentionnellement.

18. Par exemple, une station, qui a sollicité l'appui d'artistes canadiens pour obtenir une licence de radiodiffuseur, refuserait maintenant d'interviewer des artistes canadiens.

19. Trois des quatre stations se trouvaient dans des marchés hautement concurrentiels.